

HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU
Laskentatoimen ja rahoituksen laitos



IMMATERIAALIOIKEUDET JA TUOTEKONSEPTI

Tuotekonseptoinnin tulosten suojaamisesta

HELSINGIN
KAUPPAKORKEAKOULUN
KIRJASTO

11597

Yritysjuridiikka
Pro Gradu –tutkielma
Henrik Aalto k17801
Kevät 2008

Laskentatoimen ja rahoituksen laitoksen laitosneuvoston kokouksessa 19 / 8 2008

hyväksytty arvosanalla erinomainen, 90 p.

Tarkastajat:

OTT, Matti Rudanko ja
KTM, Mikko Viemero

SISÄLLYSLUETTELO

SISÄLLYSLUETTELO	I
TIIVISTELMÄ	III
ABSTRACT.....	IV
1 JOHDANTO.....	1
2 INNOVAATIOISTA.....	4
2.1 EUROOPAN UNIONI JA SUOMI GLOBAALISSA KILPAILUSSA.....	4
2.1.1 Innovaatiot ja EY:n Lissabonin strategia.....	4
2.1.2 Uusittu Lissabonin strategia	5
2.1.3 Suomen kansallisesta innovaatiopolitiikasta.....	6
2.2 INNOVAATIOISTA JA INNOVAATIOPROSESSISTA	8
2.2.1 Yleistä.....	8
2.2.2 Innovaation käsitteistä.....	9
2.2.3 Erilaisia innovaatioita	11
2.2.4 Innovaatioprosessi	13
2.2.5 Innovaatioprosessin osaprosesseista	18
2.2.6 Innovaatiojohtaminen	22
3 TUOTEKONSEPTOINTI.....	26
3.1 TUOTEKONSEPTOINTI JA KONSEPTISUUNNITTELU	26
3.1.1 Tuotekonseptin ja konseptisuunnittelun käsitteistä	26
3.1.2 Esimerkkejä erilaisista tuotekonsepteista	28
3.1.3 Tuotekonseptoinnin tavoitteet ja hyödyt.....	31
3.1.4 Tuotekonseptointi yrityksen kontekstissa.....	33
3.1.5 Konseptisuunnittelu.....	35
3.2 TUOTEKONSEPTOINNIN TULOKSET.....	36
3.2.1 Tuotekonseptin esittäminen	36
3.2.2 Tuotekonseptien arviointi.....	38
3.2.3 Tuotekonseptoinnin tulokset oikeudellisesta näkökulmasta	40
4 IMMATERIAALIOIKEUKSISTA	42
4.1 JOHDANTO IMMATERIAALIOIKEUTEEN.....	42
4.1.1 Immateriaalioikeuksista ja niiden merkityksestä.....	42
4.1.2 Immateriaalioikeuden ongelmista ja kritiikistä.....	42
4.1.3 Immateriaalioikeuksien jaottelu	45
4.2 IMMATERIAALIOIKEUDEN KEHITYS.....	46
4.2.1 Historiaa	46
4.2.2 Kansainvälistyminen ja immateriaalioikeuden yleissopimukset	47
4.2.2.1 Pariisin yleissopimus	47
4.2.2.2 Bernin yleissopimus	49
4.2.2.3 WIPO.....	49
4.2.2.4 TRIPS-sopimus	49
4.2.2.5 Muita teollisoikeuden yleissopimuksia.....	50
4.2.2.6 Muita tekijänoikeuden alaan kuuluvia yleissopimuksia.....	52
4.2.2.7 Eurooppalainen patenttiyhteistyö	53
4.3 IMMATERIAALIOIKEUDEN OIKEUSLÄHTEET	54
4.3.1 Kansalliset oikeuslähteet.....	54
4.3.1.1 Patenttioikeus	55
4.3.1.2 Mallioikeus.....	56
4.3.1.3 Tavaramerkkioikeus	57
4.3.2 Euroopan yhteisön immateriaalioikeudelliset oikeuslähteet ja kansainväliset sopimukset.....	57
4.3.2.1 EY:n immateriaalioikeuden perusta.....	57
4.3.2.2 EY:n tuomioistuimen ratkaisut.....	58
4.3.2.3 Asetukset	60
4.3.2.4 Direktiivit	62
4.3.2.5 Kv-sopimukset.....	63

5	TUOTEKONSEPTI JA IMMATERIAALISET YKSINOIKEUDET	64
5.1	JOHDANTO	64
5.2	TUOTEKONSEPTIN OSALTA MERKITYKSELLISET TEOLLISOIKEUDET	65
5.2.1	<i>Patentti</i>	65
5.2.1.1	Suomalainen, kansainvälinen ja Euroopan patenttisopimuksen mukainen patentti	65
5.2.1.2	Keksijä ja patentin hakija	66
5.2.1.3	Patentin edellytykset	67
5.2.1.4	Patentin tuottaman yksinoikeuden sisältö	72
5.2.2	<i>Hyödyllisyysmalli</i>	75
5.2.2.1	Yleistä	75
5.2.2.2	Suojan edellytykset	75
5.2.2.3	Suojan sisältö	75
5.2.3	<i>Malli</i>	76
5.2.3.1	Mallisuoja Suomessa ja Euroopan yhteisössä	76
5.2.3.2	Mallisuojan kohde	76
5.2.3.3	Mallisuojan edellytykset	77
5.2.3.4	Rekisteröinnin esteet	79
5.2.3.5	Mallioikeuden sisältö	81
5.2.4	<i>Tavaramerkki ja verkkotunnus</i>	82
5.2.4.1	Suomalainen, kansainvälinen ja Euroopan yhteisön tavaramerkki	82
5.2.4.2	Tavaramerkkisuojan kohde	83
5.2.4.3	Rekisteröinnin edellytykset	83
5.2.4.4	Suojan sisältö	85
5.3	TUOTEKONSEPTI JA TEKIJÄNOIKEUDET	87
5.3.1	<i>Tekijänoikeudesta ja tuotekonseptista</i>	87
5.3.2	<i>Muotoilun tekijänoikeudellinen suoja</i>	89
5.3.3	<i>Muut tuotekonseptointiin liittyvät tekijänoikeudet</i>	90
5.4	IMMATERIAALIOIKEUKSIEN HYÖDYNTÄMISESTÄ	91
5.4.1	Yleistä	91
5.4.2	<i>Immateriaalioikeudet työsuhteessa sekä korkeakoulueksintö</i>	91
5.4.3	<i>Sopimaton menettely ja liikesalaisuuden suoja</i>	93
5.4.4	<i>Immateriaalioikeuksien luovutus ja lisensiointi</i>	94
5.4.5	<i>Immateriaalioikeudet ja kilpailulainsäädäntö</i>	95
6	KONSEPTOINNIN TULOSTEN SUOJAAMISESTA	97
6.1	TUOTEKONSEPTIN SUOJAAMISVAIHTOEHDOSTA	97
6.2	IMMATERIAALIOIKEUDELLISET SUOJAAMISEN VAIHTOEHDOT	98
6.3	EI-IMMATERIAALIOIKEUDELLISIA SUOJAAMISEN VAIHTOEHTOJA	101
6.3.1	<i>Aineettoman pääoman sopimusperusteiset suojakeinot</i>	101
6.3.2	<i>Muita suojaamiskeinoja</i>	102
6.4	SUOJAAMISVAIHTOEHTOJEN VERTAILUA	104
7	TUOTEKONSEPTIN HYÖDYNTÄMINEN JA SUOJAAMINEN YRITYKSEN LIIKETOIMINNASSA	106
7.1	JOHDANTO	106
7.2	GENEERINEN ANALYYSI	110
7.3	TUOTEKONSEPTIN LIIKETOIMINNALLINEN ANALYYSI	115
7.4	TUOTEKONSEPTIN JURIDINEN ANALYYSI	117
7.5	TUOTEKONSEPTIN STRATEGINEN ANALYYSI	120
7.6	TUOTEKONSEPTIN SUOJAUS- JA HYÖDYNTÄMISPÄÄTÖS	122
7.7	TUOTEKONSEPTIN SUOJAAMINEN JA YRITYKSEN STRATEGIAT	124
8	YHTEENVETO	127
	KÄSITTEET, TERMIT JA LYHENTEET	129
	<i>Innovaatiotoimintaan, tuotekonseptointiin ja liiketoimintaan liittyvät</i>	129
	<i>Immateriaalioikeudelliset ja viranomaisiin liittyvät</i>	130
	LÄHDELUETTELO	132

TIIVISTELMÄ

HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU – LASKENTATOIMEN JA RAHOITUKSEN LAITOS		
Yritysjuridiikka		
Tekijä Henrik Aalto		
Työn nimi Immateriaalioikeudet ja tuotekonsepti – Tuotekonseptoinnin tulosten suojaamisesta		
Työn laji Pro Gradu –tutkielma	Aika 9.7.2008	Sivumäärä 135
Tiivistelmä <p>Innovaatioiden kasvanut merkitys yhteiskunnan ja talouden myönteisen kehityksen mahdollistajana on havaittu globaalisti. Tuotekonseptointi on yksi innovaatiotoiminnan muoto, jonka avulla pyritään tuottamaan muun muassa radikaaleja innovaatioita tuotekonseptien eli tuotehahmotelmien muodossa. Immateriaalioikeudellisten yksinoikeuksien avulla toteutettu suojaaminen on avainasemassa tuotekonseptoinnin tulosten taloudellisessa hyödyntämisessä.</p> <p>Työssä tarkastellaan tuotekonseptointia innovaatiotoiminnan osana. Siinä kuvataan tyypillistä konseptointitoimintaa siihen liittyvien käsitteiden sekä konseptoinnin tavoitteiden, hyötyjen ja tulosten kautta. Immateriaalioikeudesta pyritään muodostamaan kokonaiskuva käymällä läpi keskeiset kansainväliset sopimukset ja Euroopan yhteisön immateriaalioikeutta koskevia asetuksia, direktiivejä ja oikeuskäytäntöä. Tuotekonseptoinnin suojaamisen tarkastelussa selvitetään tuotekonseptin hyödyntämisen suhteen merkityksellisten yksinoikeuksien saamisen edellytyksiä ja yksinoikeudellisen suojan sisältöä. Työssä käsitellään lyhyesti myös muita kuin immateriaalioikeudellisia tuotekonseptin hyödyntämistä suojaavia menettelytapoja. Suojaamistavan valintaan liittyviä kysymyksiä selvitetään vertailemalla eri suojamuotoja ja kuvaamalla tuotekonseptin analysointia optimaalisen hyödyntämistavan löytämiseksi.</p> <p>Tuotekonseptissa voidaan suojata sen ulkomuotoon ja tekniseen toteutukseen liittyviä uusia ratkaisuja sekä tuotekonseptille annettua identiteettiä lähinnä mallioikeuden, patentin ja tavaramerkin avulla. Yksittäisen tuotekonseptin suojaamisen muodon, laajuuden sekä ajankohdan valinta on tiukasti sidoksissa sen hyödyntämistavasta tehtävään päätökseen. Hyödyntämistapaan, suojamuotoon ja sen laajuuteen vaikuttaa tuotekonseptin yksilöllisten ominaisuuksien lisäksi kaikkein eniten yrityksen koko ja resurssit. Suuret globaalit yritykset voivat halutessaan suojata kattavasti ja laajasti taloudelliselta potentiaaliltaan keskinkertaisiakin tuotekonsepteja, joiden tuotteeksi kehittämiseen ja kaupallistamiseen sisältyy paljon riskejä ja epävarmuutta. Pienyrityksen voimavarat eivät useimmiten riitä kuin hyvin selektiiviseen suojaamiseen kaikkein potentiaalisimpien ja vähäriskisimpien tuotekonseptien osalta.</p>		
Avainsanat Innovaatio, tuotekonsepti, immateriaalioikeudet		

ABSTRACT

HELSINKI SCHOOL OF ECONOMICS – DEPARTMENT OF ACCOUNTING AND FINANCE		
Business Law		
Author Henrik Aalto		
Subject Immaterial Property Rights and Product Design Concept – Protecting the Results of Product Design Conceptualising		
Class Pro Gradu –Thesis	Time 9.7.2008	Number of pages 135
<p>Abstract</p> <p>The growing importance of innovations for the favourable development of society and economy has been noticed globally. Product design conceptualising is one form of innovation activity by which radical innovations in the form of product design concept can be produced. The protection that is attained by proprietary immaterial property rights is in key position when the results of product design conceptualising are exploited.</p> <p>In this thesis product design conceptualising is studied as a part of innovation activity. Typical product design conceptualising activity is described by concepts related to it as well as its goals, benefits and results. General view of immaterial property rights is framed by going through the essential international conventions as well as regulations, directives and case law of the European Community. In examining the protection of the product design concept the prerequisites of obtaining and the content of the proprietary rights relevant to exploiting it are explained. Also some other means of protecting the exploitation of product design concept than immaterial property rights are studied shortly. The issues of choosing the method of protection are worked out by comparing the various forms of protection and describing the analysing of product design concept to find the optimal means of exploitation.</p> <p>The new solutions in the form and technique as well as the identity of product design concept can be protected mainly by design right, patent and trade mark right. The choice of form, extent and timing of protection of an individual product design concept is tightly bound to the decision of the means of its exploitation. The method of exploitation as well as the form and extent of protection are affected by the individual qualities of product design concept and especially the size and resources of the company. Big global companies are able to protect widely even product design concepts of a mediocre economical potential whose development as well as commercialisation carries a lot of risks and uncertainty. Small companies usually have resources only to selectively protect the most promising product design concepts with minimal risks.</p>		
<p>Key Words Innovation, product design concept, immaterial property rights</p>		

1 JOHDANTO

Suomi ja Euroopan yhteisö ovat kuluvalle vuosikymmenellä kohdanneet vakavia ja perustavanlaatuisia haasteita väestörakenteen ikääntyessä ja globalisoituvan maailman kiristäessä kilpailutilannetta ja muuttaessa talouden rakenteita. EY on katsonut eurooppalaisen yhteiskuntamallin ja hyvinvoinnin olevan vakavasti uhattuna ja on vastannut haasteeseen niin sanotulla Lissabonin ohjelmalla. Tämä ohjelma ja prosessi kytkee mielenkiintoisella tavalla Euroopan globaalin kilpailukyvyn ja tulevan hyvinvoinnin yhteen ennen kaikkea innovaatio-toiminnan edistämisen mutta myös aktiivisen immateriaalioikeuksien hyödyntämisen ja immateriaalioikeusjärjestelmän kehittämisen kanssa.

Tämä työ käsittelee samoja aiheita: innovaatioita ja immateriaalioikeuksia. Lissabonin ohjelman Euroopan-laajuisen kaiken kattavan näkökulman sijasta työssä katsotaan aihepiiriä innovaatiotoiminnan ja erityisesti sen yhden osatekijän, tuotekonseptoinnin, näkökulmasta. EY on omissa tiedonannoissaan todennut, ettei sen ja EY:n jäsenmaiden hallitusten toimet tule yksin riittämään Lissabonin ohjelman tavoitteitten saavuttamisessa. Tarvitaan muutosta myös yritysten, erityisesti pienten ja keskisuurten (pk-yritysten), toiminnan tasolla. Näiden yritysten tulee motivoitua panostamaan lisää resursseja innovaatiotoimintaan sekä osata aktiivisemmin suojata syntyvä aineeton pääoma ja oppia myös eri tavoin hyödyntämään sitä.

On katsottu, että yhdet suurimmista esteistä pk-yritysten lisäpanostuksille innovaatiotoimintaan johtuisivat siitä, etteivät yritykset täysin ymmärrä innovaatioiden potentiaalista arvoa liiketoiminnalleen, eivät hallitse riittävässä määrin eri immateriaalioikeudellisia suojakeinoja ja ennen kaikkea eivät osaa riittävän monipuolisesti hyödyntää yksinoikeuksiaan. Tämä työ pyrkii omalta pieneltä osaltaan, tosin vahvasti Lissabonin ohjelman hengessä, vaikuttamaan siihen, että etenkin pk-yritykset motivoituisivat aikaisempaa aktiivisemmin itse käynnistämään tai ottamaan osaa erilaisiin innovaatio- tai tuotekonseptointihankkeisiin.

Perinteisessä tuotekehityksessä määritetään ennen prosessin aloitusta suhteellisen tarkat vaatimukset ja reunaehdot kehitettävälle tuotteelle. Nämä koskevat esimerkiksi käytettävää teknologiaa, tavoiteltua käyttäjäsegmenttiä, tuotteen valmistuskustannuksia ja kustannus-rakennetta. Kehitettävän tuotteen asettuminen yrityksen tuoteportfolioon ja sopiminen yrityksen strategioihin ja liiketoimintaan on ennalta tarkkaan mietitty ja suunniteltu. Myös uuden tuotteen juridiset ulottuvuudet immateriaalioikeudellisine suojaamistarpeineen ja koko suhde yrityksen strategioihin voidaan nähdä ja arvioida hyvin pitkälle etukäteen.

Tuotekonseptointi ei kuitenkaan ole perinteistä tuotekehitystä. Tuotekonseptoinnin tuloksena voi syntyä niin sanottuja radikaaleja innovaatioita sekä yllättäviä ja täysin ennalta arvaamattomia tuoteideoita sekä niihin liittyviä teknisiä ja muotoilullisia ratkaisuja, jotka voivat taloudellisessa mielessä olla potentiaalisesti hyvinkin arvokkaita. On kuitenkin erittäin todennäköistä, etteivät syntyvät tuotteet sovi yrityksen olemassa olevaan tuoteportfolioon ja käytössä olevaan strategiaan yhtä helposti kuin perinteisellä mallilla kehitetyt tuotteet. Lisäksi tuotekonseptoinnin tuloksena syntyy tuotekonsepteja – ei valmiita tuotteita – kuten tuotekehityksessä ja yleensä niitä syntyy enemmän kuin perinteisesti toimien. Tuotekonseptointi siis tuottaa perinteiseen tuotekehitykseen verrattuna potentiaalisesti arvokkaampia mutta vain osaksi suunniteltuja tuoteideoita. Niihin liittyy usein paljon enemmän mahdollisuuksia ja toisaalta taas selvästi enemmän epävarmuuksia ja riskejä.

Tuotekonseptien mahdollinen hyödyntäminen ja hyödyntämisvaihtoehdot ovat pitkälle sidoksissa niiden juridisiin, erityisesti immateriaali- ja sopimusoikeudellisiin, ominaisuuksiin. Nämä ominaisuudet syntyvät tai ne saadaan aikaan tuotekonseptointihankkeen alussa, aikana ja jälkeen tapahtuvilla sopimusmenettelyillä ja immateriaalioikeudellisilla suojaamistoimenpiteillä kuten patentoinnilla. Miten yrityksen tulisi suhtautua tuotekonseptoinnin yhteydessä sen juridiseen ulottuvuuteen? Tämä toiminta ja erityisesti jatkuvan ja laajan patenttisuojan ylläpito kuitenkin aiheuttaa huomattavat kustannukset yritykselle. Harvalla yrityksellä, etenkin pienyrityksellä, on kovin vahvoja taloudellisia resursseja panostaa tuotekonseptien suojaamiseen etenkin, jos on juuri investoitu tuotekonseptointityöhön, joka sekään ei aiheuta yritykselle yleensä lyhyellä aikavälillä muuta kuin erilaisia kustannuksia.

Tässä työssä pyritään kokoamaan tuotekonseptin immateriaalioikeudellisen suojaamisen kannalta keskeiset asiat ja löytämään sellaisia tarkastelunäkökulmia, joiden avulla tuotekonseptin suojaamispäätökselle oleelliset tekijät pystyttäisiin paremmin jäsentämään. Työn tutkimuksellisenä tavoitteena on tarkastella, mitä tuotekonseptoinnin tuloksissa voidaan immateriaalioikeuksilla suojata ja mitä eri suojaamisvaihtoehtoja on käytettävissä. Lisäksi tavoitteena on selvittää niitä eri tekijöitä, joita yrityksen olisi hyvä ottaa huomioon suojaamuodon(-tojen) valinnassa.

Työn tietolähteinä ovat innovaatiotoimintaa, liiketaloutta, strategista johtamista, tuotekonseptointia ja immateriaalioikeutta käsittelevä kirjallisuus ja artikkelit sekä muun muassa EY:n, Tekesin ja Sitran verkkosivut. Tuotekonseptointia lukuun ottamatta lähdekirjallisuutta on ollut saatavilla vähintäänkin riittävässä määrin. Ongelmallista lähteiden käytössä on ollut innovaatiotoimintaan ja tuotekonseptointiin liittyvän terminologian ja käsitteiden vakiintumattomuus ja se, ettei lähteistä juuri löydy aihealueita edes osaksi yhdistäviä

esityksiä. Niissä harvoissa lähteissä, joissa aiheita käsitellään samassa yhteydessä on niiden käsittelyssä kuitenkin pitäydytty tiukasti kunkin aihealueen vakiintuneissa näkökulmissa ja esitystavoissa.

Koska työn aihealue on hyvin laaja, on esitystä valitettavasti jouduttu rajaamaan joidenkin ajankohtaistenkin näkökulmien osalta. Näitä ovat erityisesti verkostoyhteistyön näkökulma tuotekonseptoinnissa ja sen tulosten hyödyntämisessä sekä avoimeen innovaatiotoimintaan liittyvät kysymykset. Työssä pitäydytään kansallisen lainsäädännön puitteissa, vaikka EY-oikeutta kansalliseen lainsäädäntöön oleellisesti vaikuttavana elementtinä oikeuslähteissä käsitelläänkin. Oikeudellisesti työtä on myös jouduttu rajaamaan jättämällä sopimusoikeuden näkökulma ja rooli tuotekonseptointihankkeissa ja niiden hyödyntämisessä pääasiassa pois. Immateriaalioikeuksien osalta työssä käydään läpi yksinoikeudellisen suojan saamisen edellytykset ja yksinoikeuksien sisältö mutta hakemis- ja rekisteröintimenettelyt sekä loukkaus- ja mitättömyyskannemenettelyt sekä niiden oikeudelliset seuraamukset on jätetty pois. Tähän päädyttiin työn liiallisen laajenemisen lisäksi myös sillä perusteella, etteivät kyseiset asiat ole useimmissa tapauksissa erityisen tärkeitä nimenomaan suojaustapoja valittaessa.

Todettakoon myös, että, vaikka innovaatioita katsotaan nykyään syntyvän kaikenlaisissa organisaatioissa, aiheita käsitellään työssä pääsääntöisesti vain yrityksen näkökulmasta. Muutenkin pitäydymme työssä lähinnä tuotekonseptointiin oleellisimmin liittyvissä tuote-innovaatioissa.

Johdantoluvun jälkeen luvussa 2 tarkastellaan innovaatioita ja innovaatiotoimintaa tuotekonseptointiin kiinteästi liittyvänä viitekehyksenä. Luvussa 3 on kuvattu tyypillistä konseptointitoimintaa siihen liittyvien käsitteiden sekä konseptoinnin tavoitteiden, hyötyjen ja tulosten kautta. Luvussa 4 immateriaalioikeudesta on pyritty muodostamaan kokonaiskuva käymällä läpi keskeiset kansainväliset sopimukset ja Euroopan yhteisön immateriaalioikeutta koskevia asetuksia, direktiivejä ja oikeuskäytäntöä. Tuotekonseptoinnin suojaamisen tarkastelussa luvussa 5 selvitetään tuotekonseptin hyödyntämisen suhteen merkityksellisten yksinoikeuksien saamisen edellytykset ja yksinoikeudellisen suojan sisältö. Luvussa 6 käydään läpi tuotekonseptoinnin vaihtoehtoisia suojaustapoja ja luvussa 7 tarkastellaan tuotekonseptin hyödyntämistä ja suojaamista osana yrityksen liiketoimintaa.

2 INNOVAATIOISTA

2.1 Euroopan unioni ja Suomi globaalissa kilpailussa

2.1.1 Innovaatiot ja EY:n Lissabonin strategia

Lissabonissa 23. ja 24. maaliskuuta 2000 kokoontuneessa ylimääräisessä Eurooppa-neuvoston kokouksessa hyväksyttiin kunnianhimoinen suunnitelma tehdä Euroopasta maailman kilpailukykyisin ja dynaamisin tietoon perustuva talousalue vuoteen 2010 mennessä. Tämä niin sanottuna *Lissabonin strategiana* tai *agendana* tunnetuksi tullut EU:n pitkän aikavälin strategia synnytettiin keskellä lupaavinta taloudellista noususuhdannetta vuosikymmeniin. Sen avulla haluttiin vauhdittaa yhteisön politiikkaa hyödyntämään ainutlaatuinen mahdollisuus tehdä EU:sta edelläkävijä globalisoituvassa maailmantaloudessa ”kaikilla aloilla, joilla kilpailu lisääntyy voimakkaasti”. [europa.eu/1]

Vuonna 2003 EY-komissio nosti yrittäjyyden ja innovoinnin voimallisen edistämisen niiden keskeisten keinojen joukkoon, joilla Lissabonin strategiaa EU:ssa toteutettiin. Heikentynyt taloussuhdanne ja lisääntynyt ymmärrys EU:n, Japanin ja Yhdysvaltojen todellisesta kilpailutilanteesta toi EY:n politiikkaan lisää realismia. Komissio julkaisi niin sanotun vihreän kirjan yrittäjyydestä (KOM(2003) 27 lopullinen) ja tiedonannon EU:n innovaatiopolitiikasta (KOM(2003) 112 lopullinen), joissa perusteltiin yrittäjyyden ja innovoinnin kehittämisen ensiarvoisen tärkeä merkitys Euroopan unionin kilpailukyvyille ja linjattiin näitä koskeva EY-politiikka. [europa.eu/2]

Yrittäjyyden vihreässä kirjassa EY-komissio katsoi, että yrittäjyyspyrkimysten tehokkaampi tukeminen on keskeisen tärkeää EU:n kilpailukyvyn kannalta. ”Eurooppa tarvitsee lisää uusia ja menestyviä yrityksiä, jotka haluavat hyötyä markkinoiden avautumisesta ja ryhtyä luoviin ja innovatiivisiin liiketoimiin laajemmassa mittakaavassa.” Lissabonin strategian tavoitteiden saavuttamiseksi katsottiin yritysten perustamista ja kehittämistä suosivan ympäristön olevan keskeinen tekijä. [KOM 2003/27, 4-5]

Vuoden 2003 EY:n innovaatiopolitiikka -tiedonannossaan komissio toteaa innovoinnin olevan Lissabonin strategian kulmakivi. EU-alueen taloudellinen kasvu ja etenkin tuottavuuden kasvu olivat olleet useamman vuoden selvästi heikommat kuin Yhdysvalloissa ja Japanissa, minkä katsottiin johtuvan ennen kaikkea EU-maiden riittämättömästä innovaatiotoiminnasta. Komissio määrittää innovoinnin ”uutuuden menestyksekkääksi tuotannoksi, omaksumiseksi ja

hyödyntämiseksi taloudellisella ja sosiaalisella alalla" ja toteaa yritysten olevan innovaatioprosessin ydin, koska "uutuuden menestyksekkään hyödyntämisen taloudelliset edut korjataan" niissä. Siten EY:n innovaatiopolitiikan tulee kohdistua nimenomaan yrityksiin ja niiden käyttäytymiseen, valmiuksiin sekä toimintaympäristöön. [KOM 2003/112, 4-5]

2.1.2 Uusittu Lissabonin strategia

Lissabonin strategian puolivälin arvioinnissaan EY-komissio joutui toteamaan, että suhteessa kunnianhimoisiin tavoitteisiin edistys unionin jäsenmaissa oli parhaimmillaankin ollut vain kohtalaista. Lisäksi strategian toteutuksen ensimmäisten viiden vuoden aikana Yhdysvallat ja monet Aasian maat olivat edelleen lisänneet kasvuaan ja tuottavuuttaan Eurooppaan nähden sekä lisänneet entisestään investointejaan tutkimukseen ja kehitykseen. Tiedonannossaan komissio esitteli niin sanotun *uudistetun Lissabonin strategian*, joka yksinkertaistaa ja virtaviivaistaa aiempaa agenda ja sen tavoitteita. Komission näkemyksen mukaan pitkälle kehittyneissä talouksissa, kuten EU:ssa, osaaminen (tutkimus ja kehitys, innovaatiot ja koulutus) on tuottavuuden avaintekijä. Osaamisella "Eurooppa voi varmistaa kilpailukykyensä maailmassa, jossa muut kilpailevat halvalla työvoimalla tai primääriraaka-aineilla". [KOM 2005/24, 4, 21]

Uudistetun Lissabonin strategian täytäntöönpanoa käsittelevässä tiedonannossaan (KOM(2005) 488 lopullinen) EY-komissio täsmentää "kasvuun pyrkiminen osaamisella ja innovoinnilla" -osa-alueella toteutettavat EY:n ja EY-jäsenvaltioiden toimet. EY-komissio esittelee kattavan kokoelman toimenpiteitä liittyen EU:n tutkimus- ja innovaatiopolitiikkaan, rahoituspolitiikkaan ja yrityspolitiikkaan. Yhtenä toimenpidealueena näihin sisältyy "teollis- ja tekijänoikeuksien tehokkuuden ja käytön parantaminen". Tiedonannossa todetaan, että monet huipputekniikan yritykset pitävät immateriaalisia yksinoikeuksiaan arvokkaimpana omaisuutenaan ja että näiden oikeuksien tehokas ja vaikuttava suoja on äärimmäisen merkittävä asia tutkimukselle ja innovaatioille. EY-komissio ottaa myös vahvasti kantaa yhteisöpatentin aikaansaamisen puolesta mutta toteaa, ettei nykyisiäkään suojamuotoja hyödynnetä täysimääräisesti yksinkertaisesti sen takia, että mahdolliset käyttäjät ovat tietämättömiä niistä. [KOM 2005/488, 3, 7]

Syyskuussa 2006 EY-komissio esittelee tiedonannollaan EU:n uusittua laajapohjaista innovointistrategiaa (KOM(2006) 502 lopullinen). Strategian esittely aloitetaan toteamalla voimakkaasti, että "tulevaisuutemme on innovaatioiden varassa" ("our future depends on innovation" [COM 2006/502, 2], suomenkielisessä versiossa puhutaan "tulevaisuuden rakentumisesta innovaatioille"). EY-komissio toteaa, että globalisoitumisen aikaansaama

muuttunut maailman talousjärjestys on synnyttänyt uusia mahdollisuuksia ja uusia haasteita. Se kuitenkin näkee, että Euroopan unionin kansalaisia huolestuttavat kysymykset ilmastonmuutoksesta, uusiutumattomien luonnonvarojen ehtymisestä aina Euroopan ikä rakenteen muutoksiin ja kasvaneisiin turvallisuustarpeisiin pystytään kääntämään mahdollisuuksiksi, joilla voidaan parantaa EU:n globaalia kilpailukykyä. EY-komissio on vakuuttunut siitä, että kansalaisten huolenaiheisiin voidaan vastata innovoinnilla sen laajassa merkityksessä. [KOM 2006/502, 2]

Uusitusstrategiassa viitataan Esko Ahon johtaman asiantuntijaryhmän tekemään raporttiin ([Aho EGR 2006, 1]), jossa on todettu, että keskeinen asia innovatiivisen Euroopan luomisessa on markkinoiden ja yritysten liiketoimintaympäristön tekeminen innovaatiota suosivammaksi. EY-komissio menee strategialinjauksessaan kuitenkin vielä pidemmälle ja esittää että: ”EU:sta täytyy tulla aidosti osaamiseen perustuva ja innovaatioita tukeva yhteiskunta, jossa innovaatioita ei pelätä vaan halutaan, jossa innovatiivisuutta ei kahlita vaan tuetaan ja jossa innovaatiot kuuluvat yhteiskunnan keskeisiin arvoihin ja niiden ymmärretään hyödyttävän kaikkia kansalaisia.” EY-komissio toteaa myös, että EU:ssa tarvitaan ennen kaikkea poliittista johtajuutta ja päättäväistä toimintaa eikä esimerkiksi lisää erilaisia sitoumuksia. [KOM 2006/502, 3]

2.1.3 Suomen kansallisesta innovaatiopolitiikasta

”Innovaatiot, laajasti ymmärrettynä, ovat Suomen menestyksen ja yritysten kilpailukykyyn perusta.” [Sitra.fi]

Suomessa on viime vuosikymmenet järjestelmällisesti investoitu tutkimus- ja kehitystoimintaan sekä panostettu niin sanotun kansallisen innovaatiojärjestelmän kehittämiseen. Sen tuloksena on saatu aikaan varsin hyvin toimiva innovaatioympäristö, jonka keskiössä on verkottunut ja vuorovaikutteinen teknologian kehittämistä ja hyödyntämistä edistävien instituutioiden järjestelmä. Siihen kuuluvat instituutiot ovat uutta tietoa tuottavat ja levittävät eli yliopistot ja tutkimuslaitokset sekä välittäjäorganisaatiot ja tutkimus- ja kehitystoiminnan rahoittajat. Poliittikka on ollut varsin onnistunutta, sillä Suomi on kehittynyt yhdeksi korkean teknologian kärkimaista ja kilpailukykykymme, teknologinen tasomme ja innovatiivisuutemme ovat nykyään kansainvälistä huippuluokkaa. [Hautamäki 2008, 11, 36]



Kuvio 2.1, Suomen innovaatiojärjestelmä [Research.fi]

Suomen innovaatiojärjestelmää (kuvio 2.1) on leimannut aivan viime vuosia lukuun ottamatta vahva kansallinen ja teknologinen näkökulma. Teknologian on katsottu olevan talouskasvun todellinen moottori ja siksi on haluttu panostaa erityisesti teknologiseen ja luonnontieteelliseen kolutukseen, edistää teknologian siirtoa sekä rahoittaa kansallisia teknologiahankkeita. Tutkimus- ja kehityspanosten osuus bruttokansantuotteesta, joka on tällä hetkellä noin 3,5 %, on ollut keskeinen mittari ja osa innovaatiopolitiikkaa. Vaikka innovaatiopolitiikkamme nähdään yleisesti hyvin menestyksellisenä, liittyy siihen nykyään myös suuria tulevaisuuden haasteita ja ongelmia ennen kaikkea suhteessa nopeasti muuttuvaan globalisoituvaan liiketoiminta- ja innovointiympäristöön. [Hautamäki 2008, 36]

Hautamäki on koonnut listan keskeisimmistä kehittämiskohteista:

- Suomi menestyy kansainvälisissä kilpailukykyvertailuissa mutta se ei näy kovin vahvasti suomalaisten elintasossa ja vauraudessa.
- Innovaatioprosessien hallinnan parantaminen ja saaminen tehokkaammaksi.
- Suomalaisten yritysten liiketoimintaosaamisen kehittäminen sekä verkottumisen ja yhteistyön tehostaminen.
- Palvelukulttuurin omaksuminen sekä julkisten palveluiden, palveluiden

tuotekehitystoiminnan palveluliiketoiminnan ja palveluiden viennin kehittäminen.

- Suomen ulkopuolella tuotetun globaalin tiedon kunnollinen hyödyntäminen.
- Tutkimuksen keskittäminen ja erikoistuminen omiin huipulle kehitettäviin erityisalueisiin kansainvälisessä kontekstissa.
- Ulkomaisten tohtoriopiskelijoiden, tutkijoiden ja asiantuntijoiden houkuttelevaaminen Suomeen.
- Suomen jo valmiiksi pienillä markkinoilla ei ole riittävästi kysyntää innovatiivisille tuotteille.
- Kasvuyritysten pienen määrän lisääminen sekä riskinottohalun ja riskirahan riittämättömyys alkuvaiheen jälkeen. [Hautamäki 2008, 37]

Tällä hetkellä vaikuttaisi olevan menossa suuri ajattelutavan muutos liittyen innovaatiotoimintaan. Suomessa tunnustetaan, ettei kilpailuetu tulevaisuudessa välttämättä ole suoraan johdettavissa menneisyyden vahvuuksista. Innovaatiotoiminnan painopiste on perinteisen teknologisen tuotekehityksen lisäksi siirtymässä asiakaslähtöisiin, verkostomaisiin ja avoimiin innovaatioekosysteemeihin, jotka toimivat globaalissa taloudessa. [Innovaatiostrategia.fi/työpajat, 2]

Suomessa on keväällä 2007 käynnistetty kauppa- ja teollisuusministeriön toimesta kansallisen innovaatiostrategian laatiminen. Sen tehtävänä on ”luoda edellytyksiä laaja-alaiselle innovaatiopolitiikalle suomalaisessa yhteiskunnassa, varmistaa innovaatioympäristömme kansainvälinen kilpailukyky sekä edistää innovaatioiden syntyä ja käyttöönottoa.” [Innovaatiostrategia.fi]

2.2 Innovaatioista ja innovaatioprosessista

2.2.1 Yleistä

Vaikka tämä työ käsittelee tuotekonseptoinnin tuloksien immateriaalioikeudellista suojaamista, on ennen tuotekonseptointiin perehtymistä kuitenkin tarpeen hahmottaa ne puitteet, missä tuotekonseptointia tehdään. Laajempaan viitekehyksenä toimii jo käsitelty EU:n ja Suomen kansallinen innovaatioympäristö ja siihen vaikuttava innovaatiopolitiikka. Tuotekonseptointi on kuitenkin ensisijaisesti osa yrityksen tai yhteistyöverkoston innovaatiotoimintaa, joka luonnollisesti taas on tärkeä osa näiden liiketoimintaa. Jotta tuotekonseptoinnin tulosten immateriaalioikeudellisen suojaamisen tarkastelu olisi käytännönkin kannalta mielekästä, tulee

se tehdä ja ymmärtää kokonaisuutena yhdessä siihen välittömästi liittyvän liiketoiminnan ja innovaatiotoiminnan kanssa. Liiketoiminnan kautta määrittyvät sekä innovaatiotoiminnan että Tuotekonseptoinnin tavoitteet ja se rooli, mikä tuotekonseptoinilla kulloinkin on yrityksen strategiassa. Näiden perusteella voidaan edelleen pyrkiä johtamaan tavoitteet ja strategiat tuloksien immateriaalioikeudelliselle suojaamiselle.

Jotta voidaan ymmärtää tuotekonseptointia täytyy ensin ymmärtää innovaatiotoimintaa.

Yrityksen tai verkoston innovaatiotoimintaa tarkastellaan tyypillisesti innovaation käsitteen, erilaisten innovaatioiden kuvaamisen, innovaatioprosessin ja koko yrityksen innovaatiotoiminnan johtamisen kautta.

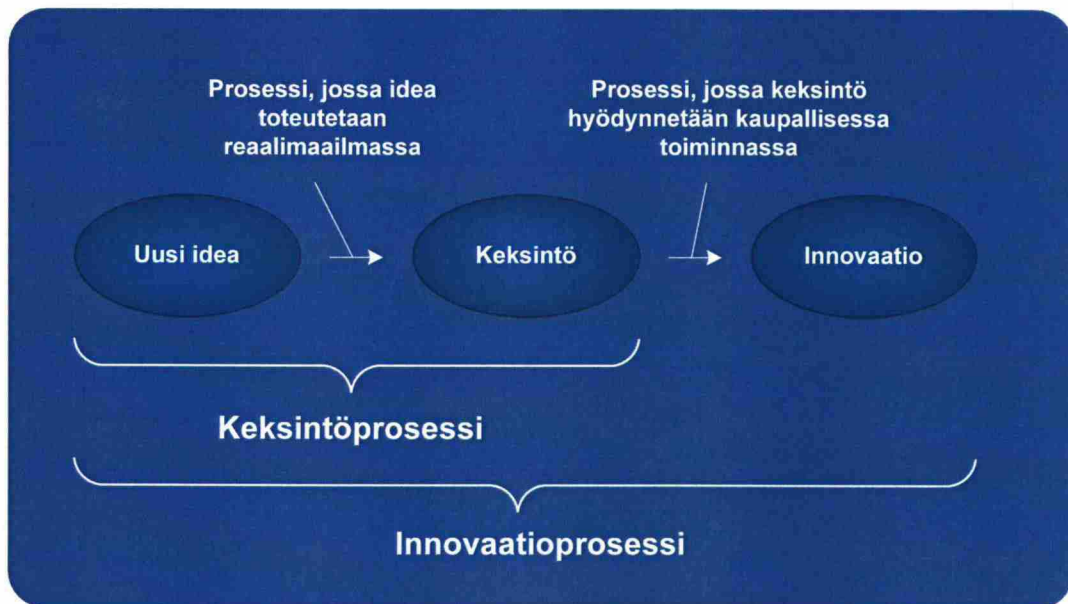
2.2.2 Innovaation käsitteestä

Innovaatio sekoitetaan käsitteenä helposti keksintöön (englanninkielisinä vastaavat termit ”innovation” ja ”invention” ovat äänneasultaankin lähellä toisiaan). Innovaatio on hyvin laaja ja osin vakiintumatonkin käsite, jota käytetään eri yhteyksissä usein hieman eri merkityksissä. Innovaatio ei ole jokin yksittäinen teko tai tapahtuma vaan keskenään riippuvuussuhteessa olevien aliprosessien muodostama kokonaisprosessi (Trott 2005, 15, Myers:iä ja Marquis:ia 1969 lainaten). Uuden idean synty on innovaation alkupiste (kuvio 2.2). Uusi idea ei ole innovaatio tai keksintö vaan konsepti, ajatus tai joukko ajatuksia. Kun uudesta ideasta saadaan aikaan ensimmäinen konkreettinen prototyyppi tai prosessin toteutus, on syntynyt keksintö. Kun keksinnöstä yleensä kovalla työllä saadaan lopulta aikaan kaupallinen tuote, joka hyödyttää yritystä sen toiminnassa on saavutettu innovaatio. On huomattava, että innovaatio on siis monesta osatekijästä koostuva prosessi, mitä pitää johtaa. [Trott 2005, 14-15]

Kun keksinnön voi tehdä melkein missä tahansa, niin innovaatiot syntyvät yleensä yrityksissä. Voidakseen tehdä keksinnöstä innovaation on yrityksen yhdistettävä hyvin erilaista tietoutta, osaamista, taitoa ja resursseja. Useimmiten keksinnön ja siihen liittyvän innovaation välillä kuluu kohtalaisesti aikaa, mikä voi johtua esimerkiksi siitä, että kaupallisia edellytyksiä kuten tarvittavaa kysyntää ei ole olemassa keksinnön syntyessä. [Fagerberg et al. 2005, 5]

Wikipedia määrittää innovaation ”uudennukseksi” eli uutuudeksi, joka useimmiten on joku uutuustuote, esimerkiksi teollinen tai tekninen keksintö. ”Innovaatio voidaan ymmärtää ideana, käytäntönä tai esineenä, jota yksilöt pitävät uutena” [wikipedia.fi]. Kysymyksessä on innovaatio, vaikei asia todellisuudessa objektiivisesti katsoen olisi täysin uusi, jos ihmiset

kuitenkin pitävät sitä uutena ja erilaisena [Trott 2005, 15].

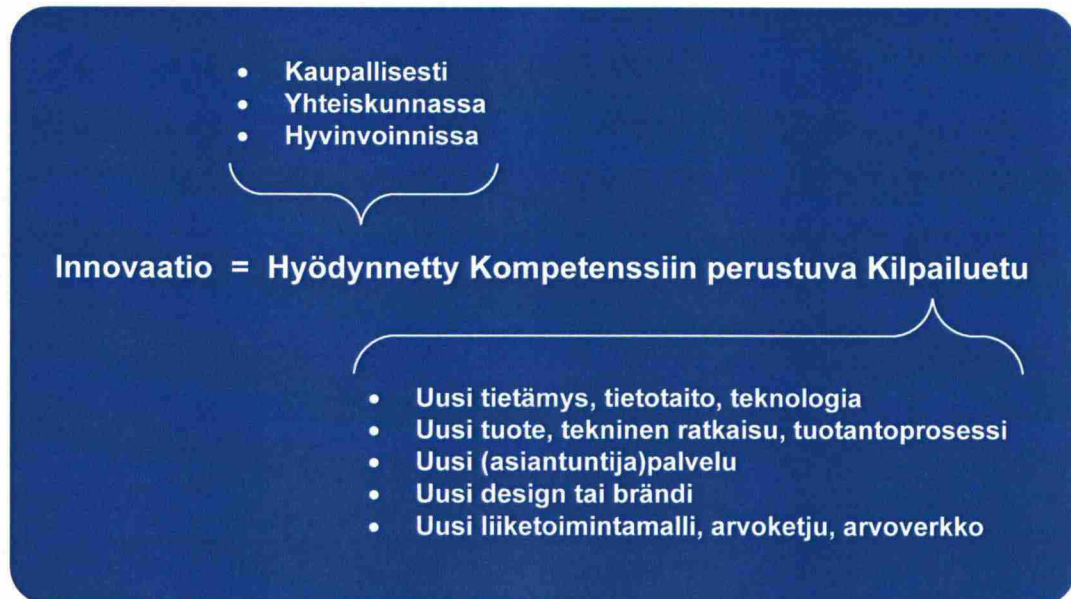


Kuvio 2.2, Prosessi ideasta innovaatioon [Varjonen 2006, 15]

Innovaatiot on aikaisemmin liitetty lähinnä yrityksissä tuotettuihin uusiin kaupallisiin tuotteisiin tai uusiin valmistusprosesseihin mutta viime vuosikymmeninä sovellusala on laajennettu koskemaan kaikenlaisia organisaatioita ja yhteiskunnan erilaisia toimintoja aina yleistä ”hyvinvointia” myöten. Innovaatio-käsitteen piiriin on tuotu yhä erilaisempia asioita, mikä ilmenee hyvin muun muassa kuvioista 2.3 ja 2.4. Vaikuttaa siltä, että kohta voimme puhua innovaatiosta aina, kun johonkin olemassa olevaan asiantilaan saadaan aikaan jonkinlainen parannus.

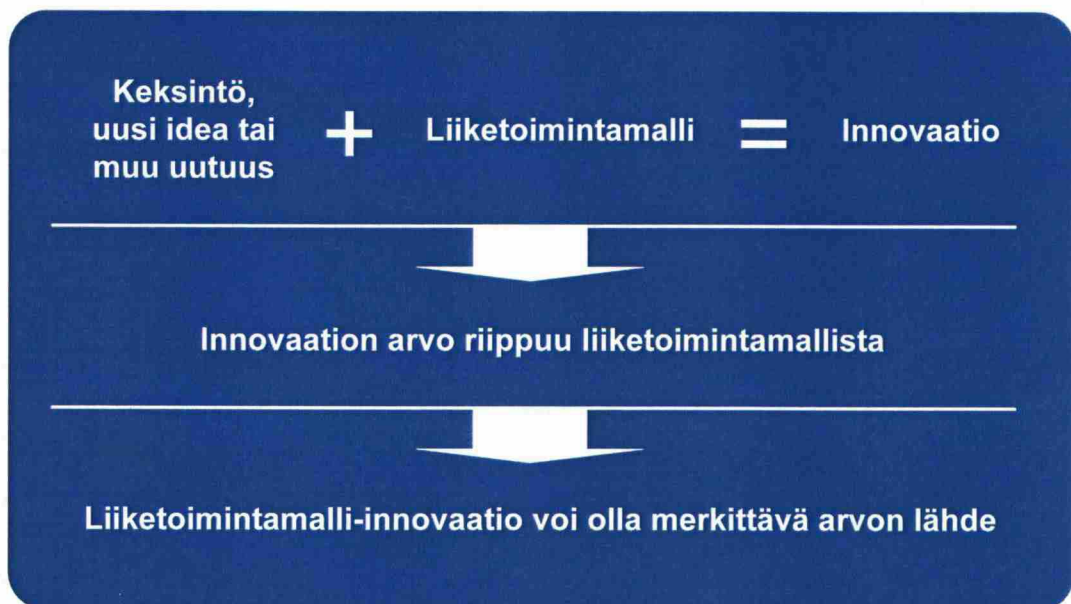
Euroopan yhteisön piirissä käytetään seuraavaa määritelmää: ”Innovointi on uutuuden menestyksestä tuotantoa, omaksumista ja hyödyntämistä taloudellisella ja **sosiaalisella** alalla”. Innovointi tarjoaa uusia ratkaisuja ongelmiin ja siten tekee mahdolliseksi tyydyttää sekä yksilön että yhteiskunnan tarpeet. Esimerkkeinä mainitaan rokotteiden ja lääkkeiden kehittäminen, liikenteen parantunut turvallisuus, helpompi kommunikointi, tiedon parempi saatavuus, uudet markkinointimenetelmät, paremmat työolot, parempi ympäristötekniikka ja tehokkaammat julkiset palvelut ynnä muuta. [COM 1995/688, 1]

Työ- ja elinkeinoministeriön innovaatio-osaston osastopäällikkö Petri Peltonen esitti kuviosta 2.3 ilmenevän innovaation määritelmän kansallisen innovaatiostrategian valmisteluun liittyvässä konferenssissa 29. tammikuuta 2008 osana esitelmäänsä ”Towards The Next Generation Innovation Policy”.



Kuvio 2.3, Innovaation määritelmä [Peltonen 2008, 5]

Professori Yrjö Neuvon näkemys innovaatiosta esityksessään "Open Innovation Driving Renewal" Tekesin Innovation Foresight seminaarissa 8. maaliskuuta 2006:



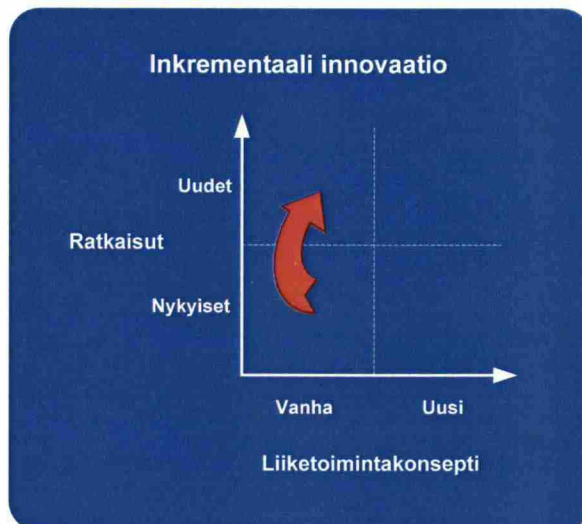
Kuvio 2.4, Innovaatio [Neuvo 2006, 2]

2.2.3 Erilaisia innovaatioita

Kun innovaatioita lajitellaan niiden kohteen mukaan puhutaan ainakin tuote-, prosessi-, organisaatio-, palvelu-, markkinointi-, johtamis- ja liiketoimintamalli-innovaatioista. Viime

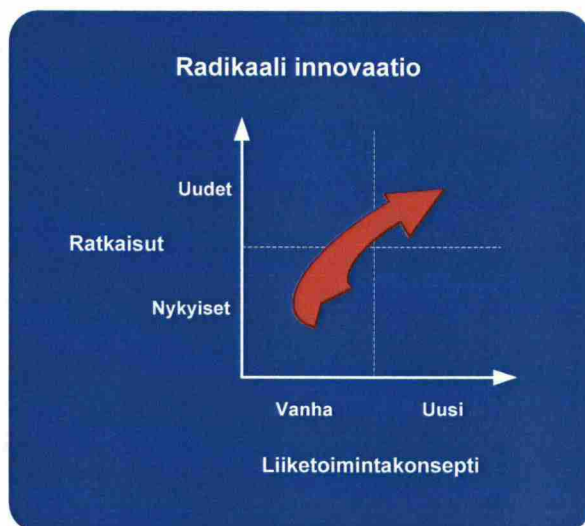
aikoina on alettu puhua myös verkostoinnovaatioista sekä hajautetusta tai avoimesta innovaatiosta. Tässä yhteydessä näihin innovaation eri lajeihin ei mennä syvemmälle, koska ne eivät kuulu työn rajaukseen ja koska niiden nimistä voidaan pitkälle päätellä, mistä niissä on kysymys.

Innovaatioita luokitellaan myös muun muassa niiden käyttöönoton vaikutuksella yrityksen liiketoimintakonseptiin. Innovaatio on inkrementaalinen (kuvio 2.5) eli vähittäinen, kun innovaation käyttöönotto ei muuta yrityksen liiketoimintakonseptia. Suurin osa innovaatioista on olemassa olevaan tietoon ja osaamiseen perustuvia vähittäisiä parannuksia, joiden merkitys voi kumulatiivisesti ajan kanssa olla paljon suurempi kuin satunnaisilla radikaalimilla innovaatioilla [Tidd et al. 2005, 13-15]. Jatkuva inkrementaalista innovaatiota kutsutaan myös evolutiiviseksi innovaatioksi. [Apilo & Taskinen 2006, 15, 17]



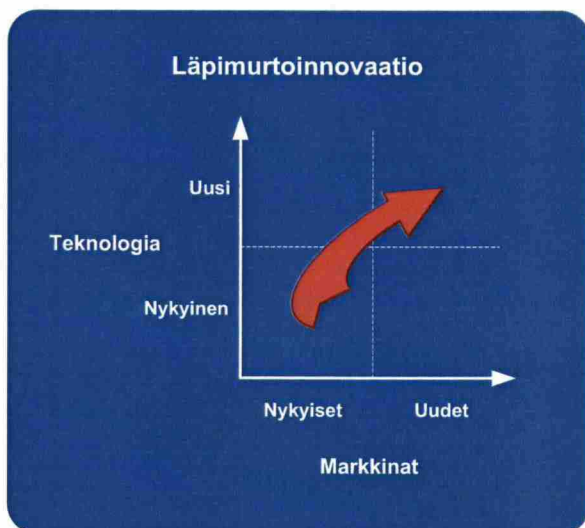
Kuvio 2.5, Inkrementaali innovaatio [Apilo & Taskinen 2006, 15]

Kun yrityksen liiketoimintamallia joudutaan (tai yleensä päästään) hyvin merkittävän innovaation käyttöönoton johdosta muuttamaan, on kysymyksessä radikaali innovaatio (kuvio 2.6). Tällöin yritys päätyy muuttamaan toimintamallejaan ja -prosessejaan. Jos radikaaliin innovaatioon liittyy lisäksi iso harppaus yrityksen käyttämässä teknologiassa voidaan olla lähellä niin sanottua läpimurtoinnovaatiota. [Apilo & Taskinen 2006, 15]



Kuvio 2.6, Radikaali innovaatio [Apilo & Taskinen 2006, 15]

Läpimurtoinnovaatiosta (kuvio 2.7) puhutaan silloin, kun yleensä tutkimuksessa syntyneeseen läpimurtoon perustuvat innovaatiot muuttavat voimakkaasti toimialan kilpailutilannetta tai synnyttävät kokonaan uudet markkinat. Myös perustavan laatuiset liiketoimintainnovaatiot voivat johtaa uusien markkinoiden syntyyn, vaikkeivät ne välttämättä perustukaan tutkimukselliseen läpimurtoon. [Apilo & Taskinen 2006, 15]



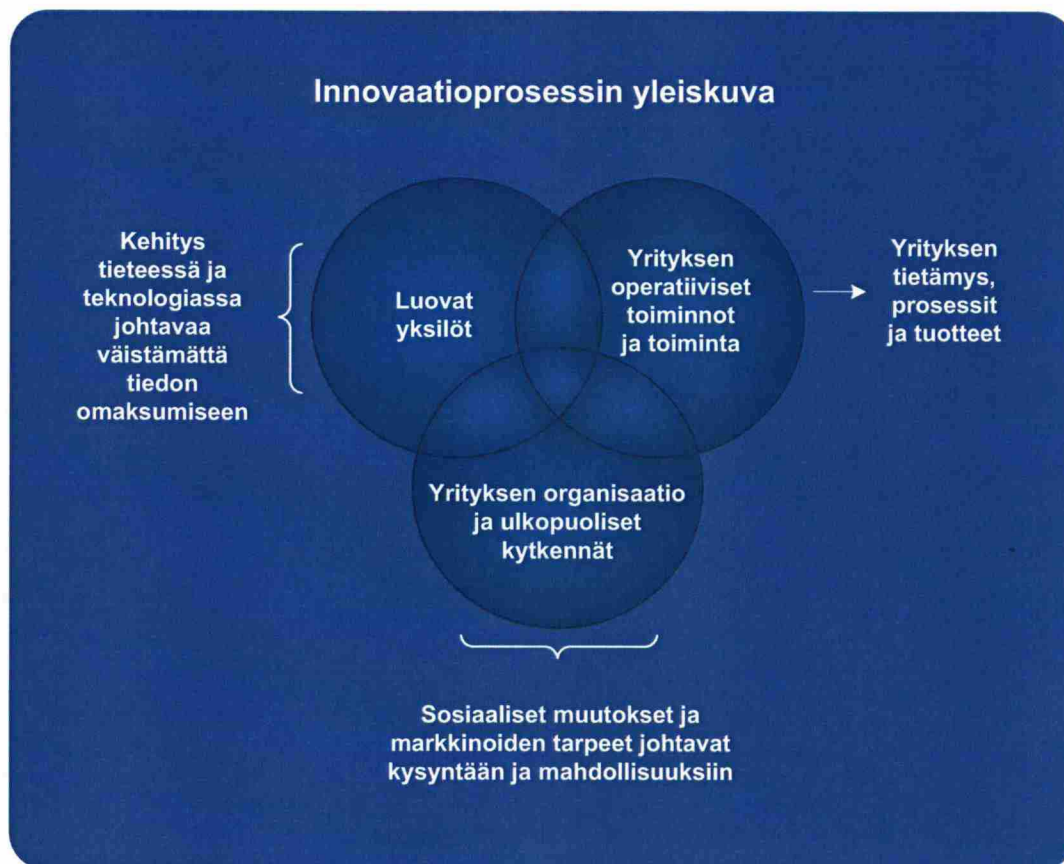
Kuvio 2.7, Läpimurtoinnovaatio [Apilo & Taskinen 2006, 15]

2.2.4 Innovaatioprosessi

Innovaatiota tulee tarkastella organisaatiossa tapahtuvana prosessina, joka liittyy kiinteästi organisaation ja siihen kuuluvien yksilöiden tietämykseen, kykyihin ja tietotaitoon. On myös

huomioitava, että organisaatiot ja yritykset toimivat kiinteässä vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa: ne tekevät kauppaa ja yhteistyötä toistensa kanssa tai kilpailevat keskenään. Yrityksen strategisella liikkeenjohdolla, sen organisaation toiminnalla ja sen taloudellisilla ja tiedollisilla resursseilla on kaikilla suuri merkitys yrityksen innovaatiokykyyn. [Trott 2005, 9-11]

Kuviossa 2.8 on hahmotettu innovaatioprosessia hyvin yleisellä tasolla huomioiden innovaatioiden syntyyn vaikuttavia tekijöitä ja niiden suhdetta yritysorganisaatioon.



Kuva 2.8, Innovaatioprosessin yleiskuva [Trott 2005, 10]

Kuten yllä jo todettiin, innovaatio on nimenomaan yrityksen tai organisaation prosessi, jota voidaan ja tuleekin johtaa, jotta innovaatioita syntyisi optimaalisella tavalla. Innovaatioiden syntymiseen vaikuttavista tekijöistä ja innovaatioprosessin sisällöstä ja rakenteesta on käyty vilkasta keskustelua aina 1930-luvulta lähtien. Erilaisia käsityksiä ja niistä muodostettuja malleja on esitetty kymmenittäin. Nykyisin yleisesti hyväksytyn käsityksen mukaan innovaatioprosessi koostuu useammasta alaprosessista, joita kuvaavia malleja alan kirjallisuudessa on myös, eri näkökulmia tai lähtökohtia painottaen, tuotettu kohtuullisen suuri määrä. Kun vertaillaan eri yhteyksissä esitettyjä näkemyksiä ja malleja näkee, että ne ovat välillä keskenään ainakin osittain ristiriidassa ja antavat käsitteille toisistaan poikkeavia

merkityksiä.

Jonkinlaista kokonaisvaltaista ymmärrystä innovaation prosessimalleihin saa, kun käydään läpi mallien pääpiirteittäinen kehitys viimeisten kuudenkymmenen vuoden aikana. On huomattava, ettei mikään malleista ole täysin menettänyt merkitystään uudempien mallien johdosta. Ei ole pystytty esittämään yhtään täysin yleispätevää prosessimallia, koska jollekin yritykselle optimaalinen innovaatioprosessi on hyvin riippuvainen muun muassa yrityksen toimialasta ja sen dynamiikasta sekä yrityksen koosta ja resursseista. Taulukko 2.1 kokoaa ja esittää tärkeimmät piirteet innovaatiomallien viidestä eri sukupolvesta.

Innovaatiomallien kehitys			
Ajankohta	Malli	Sukupolvi	Piirteet
1950/60	"Teknologian työntö"	1.	Yksinkertainen lineaarinen jaksotettu malli, paino tuotekehityksessä ja tieteessä
1970	"Markkinoiden veto"	2.	Yksinkertainen lineaarinen jaksotettu malli, paino markkinoinnissa, joka on lähde ideoille tuotekehityksen suuntaamiseksi
1980	Yhdistelmämalli	3.	Korostaa tuotekehityksen ja markkinoinnin integrointia, tunnistaa takaisinkytkennät eri elementtien välillä
1980/90	Vuorovaikutteinen malli	4.	"Työntö-" ja "veto"-mallien yhdistelmä yrityksen sisällä, korostaa ulkopuolisia kytkentöjä
2000	Verkostomalli	5.	Paino tietämyksen kertymisessä ja ulkoisissa kytkennöissä, systeemien integrointi ja laaja verkottuminen

Taulukko 2.1, Innovaatiomallien kehitys [Rothwell 1992]

Niin sanotut "lineaariset innovaatioprosessin mallit" (kuvio 2.8) kehitettiin toisen maailmansodan jälkeen Yhdysvalloissa. Niistä ensimmäisen, "teknologian työntö"-mallin (technology push) mukaan innovaatiot syntyvät ennen kaikkea tieteellisen perustutkimuksen ja yritysten tuotekehitystoiminnan tuloksena. Lääketeollisuus edustaa toimialaa, jonka voidaan vielä tänäkin päivänä hyvin pitkälle katsoa toimivan teknologian työntömallin mukaisesti. Jälkimmäinen 1970-luvulla kehittynyt "markkinoiden veto"-malli (market pull) korostaa yrityksen markkinointitoiminnan merkittävää roolia ideoiden lähteenä ja ohjaavana voimana tuotekehityksessä aikaansaataville innovaatioille. Nykypäivänäkin nopeiden tuotekehityssyyskli-

kulutustavaratoimiala elää tiiviissä riippuvuussuhteessa nimenomaan asiakkaittensa tarpeiden ja mieltymysten muutosten kanssa ja toimii innovaatioiden kehittämisessä vahvasti markkinointiosastojensa kuluttaja-asiantuntemuksen varassa. [Trott 2005, 22-23]

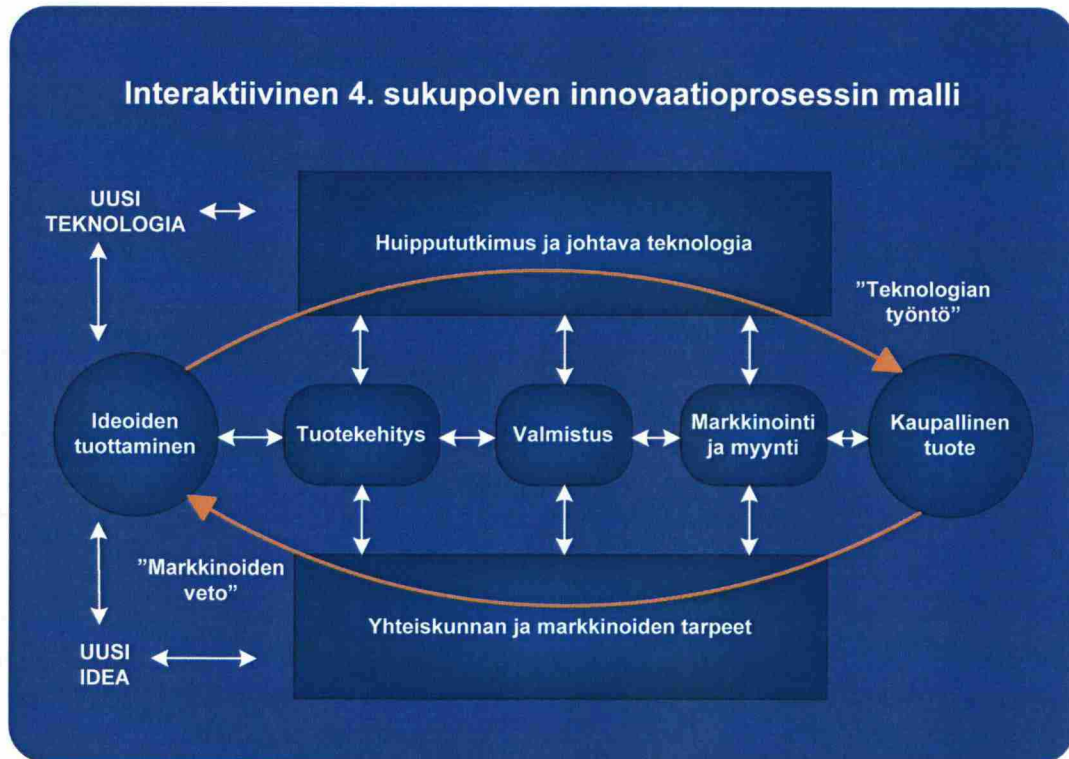


Kuvio 2.8, 1. ja 2. sukupolven innovaatioprosessimallit [Varjonen 2006, 18]

Vasta 1980-luvulla lineaarisia ja jaksollisista toisiaan seuraavista vaiheista muodostuvia innovaatioprosessimalleja alettiin kyseenalaistaa laajemmin. Huomattiin, että innovaatioita syntyy ennen kaikkea yliopistojen ja tutkimuslaitosten tutkimustyön, yritysten tuotekehitystyön ja markkinoilla syntyneiden tarpeiden vuorovaikutuksen tuloksena. Sovellettuna yrityksen toimintaan syntyi niin sanottu ”yhdistelmä”-malli (coupling model), jossa yrityksen samanaikaisesti yhdistetyllä tuotekehityksen, markkinoinnin ja valmistustoimintojen tietoudella ja toiminnalla katsotaan olevan ratkaiseva vaikutus innovaatioiden syntymiseen. [Trott 2005, 24]

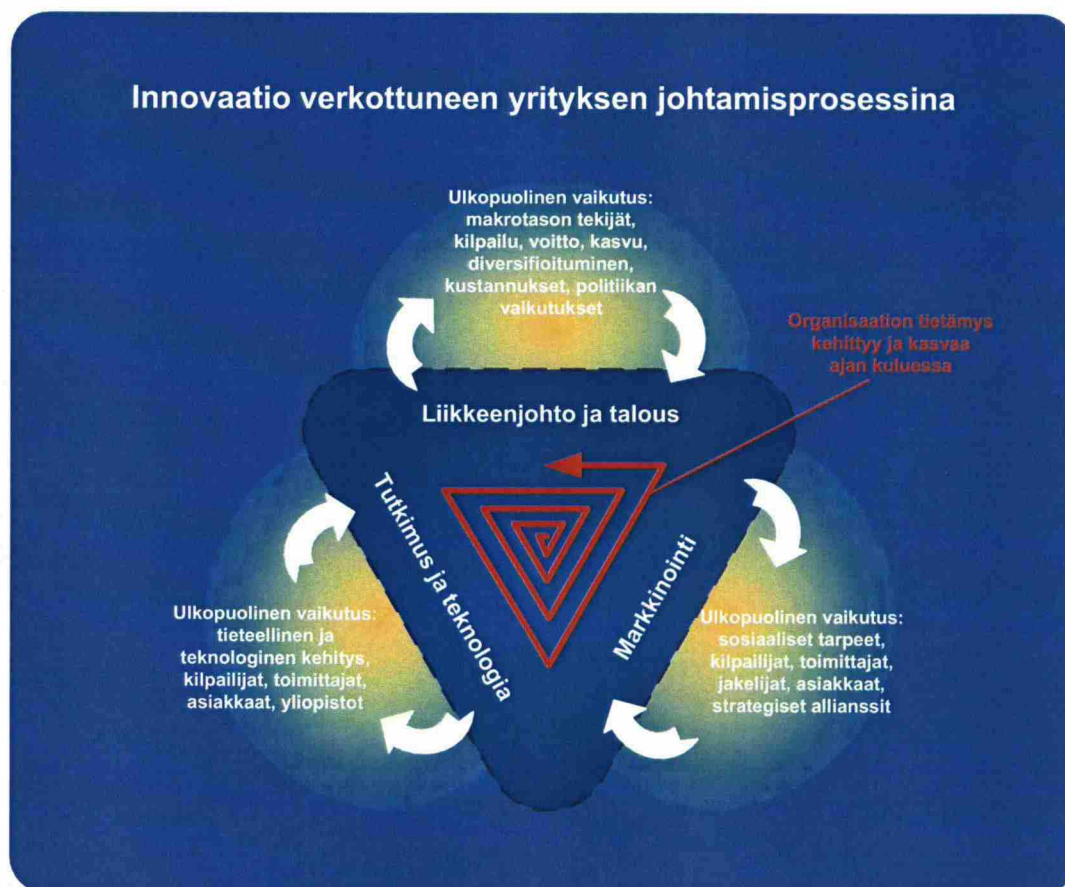
Hieman myöhemmin, 1980 ja -90-lukujen vaihteessa, yhdistelmämallia edelleen kehittämällä saatiin aikaan useimpien viimeaikaistenkin mallien esikuvana oleva niin sanottu ”interaktiivinen” innovaatioprosessin malli (interactive model) (kuviot 2.9). Siinä yhdistelmämalliin integroitiin teknologian työntö ja markkinoiden veto -mallit. Interaktiivisessa mallissa innovaatioprosessi voidaan ajatella monimutkaisena yrityksen sisäisten ja ulkoisten viestikanavien ja viestinnän järjestelmänä ja toistensa kanssa jatkuvassa vuorovaikutuksessa olevina yrityksen innovaatiotoiminnan aliprosesseina. Malli huomioi yliopistojen ja

tutkimuslaitosten tutkimustyön sekä yhteiskunnan ja markkinoiden muutokset ja yhdistää ne yrityksen prosesseihin. Yritys tai organisaatio, joka pystyy johtamaan tätä monimutkaista kokonaisuutta tehokkaasti ja tuloksellisesti menestyy innovaatiotoiminnassa. [Trott 2005, 24]



Kuvio 2.9, Interaktiivinen innovaatioprosessimalli [Rothwell & Zegveld 1985]

Vuosituhanen vaihteen jälkeen esitetyt niin sanotut viidennen sukupolven innovaation ”verkostomallit” laajentavat innovaatioprosessin ottamaan yhä enenevässä määrin huomioon yrityksen toimintaympäristön erilaiset verkostokytkennät. Verkostomallien keskeisiä piirteitä on ulkopuolisen ympäristön vaikutus yritykseen ja tuloksellinen viestintä sen eri tahojen kanssa. Vaikka verkostomallit vaikuttavat äärimmäisen monimutkaisilta, ne rakentuvat kuitenkin keskeisiltä osiltaan aikaisemmille innovaatioprosessin malleille. Kuvio 2.10 esittää Trottin mallin (alkuperäisestä kirjoittajan mukailemana) yrityksen johtamisprosessista verkottuneessa toimintaympäristössä. Malli korostaa virallisen ja epävirallisen vuorovaikutuksen merkitystä yrityksen ympäristön kanssa innovaatioprosessissa. Tämä vuorovaikutus tuottaa mahdollisuuden ja tilaisuuden jakaa ja vaihtaa ajatuksia, potentiaalisia ideoita ja näkemyksiä. Trott toteaaakin (Nonaka:a ja Kenney:tä 1991lainaten), että innovaatiota on kuvattu informaation luomisprosessina joka syntyy sosiaalisesta kanssakäymisestä, missä yritys toimii rakenteena, jossa tämä luomisprosessi tapahtuu. [Trott 2005, 28-29]



Kuvio 2.10, Innovaatio verkottuneen yrityksen johtamisprosessina [mukailtu Trott:in 2005 mallista, 28]

2.2.5 Innovaatioprosessin osaprosesseista

Innovaatiota käsittelevän kirjallisuuden perusteella alan tutkijoilla näyttäisi olevan varsin yhtenevä näkemys siitä, että innovaatioprosessi koostuu erilaisista toisiinsa vaikuttavista ala- tai osaprosesseista. Tähän tämä yleinen yhteisymmärrys sitten loppuukin. Pyrittäessä hahmottamaan näiden osaprosessien sisältöä ja suhdetta toisiinsa törmää väistämättä hyvinkin erilaisiin näkemyksiin, samojen käsitteiden poikkeaviin sisältöihin ja niiden perusteella tehtyihin toisistaan eroaviin malleihin. Osaltaan tämä näkemysten, käsitysten ja mallien selvä eroaminen toisistaan voi johtua siitä, että osa teorioista on syntynyt yrityksissä pitkään käytössä olleiden hyvin systemaattisten, strukturoitujen ja operatiivista tehokkuutta tavoittelevien tuotekehitysmallien pohjalta. Toiset taas on kehitetty ennemminkin laajemmista innovaatiotoiminnan teorian lähtökohdista käsin ja painottavat esimerkiksi riskinhallintaa tai verkoston hyödyntämistä innovaatiotoiminnan johtamisessa.

Ulrichin ja Eppingerin geneerinen tuotekehitysprosessi (2000)



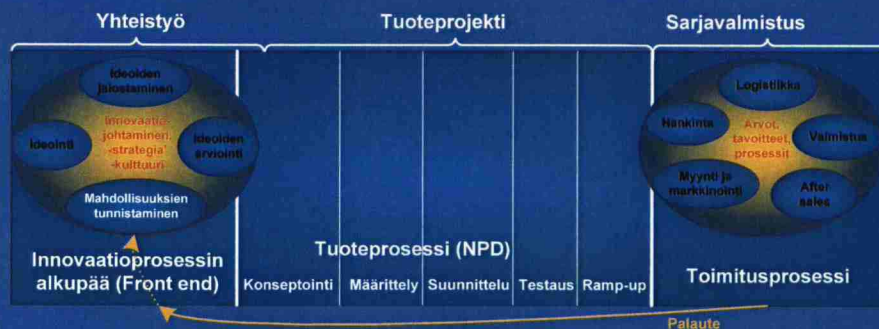
Crawfordin ja Benedetton uuden tuotteen perusprosessi (2006)



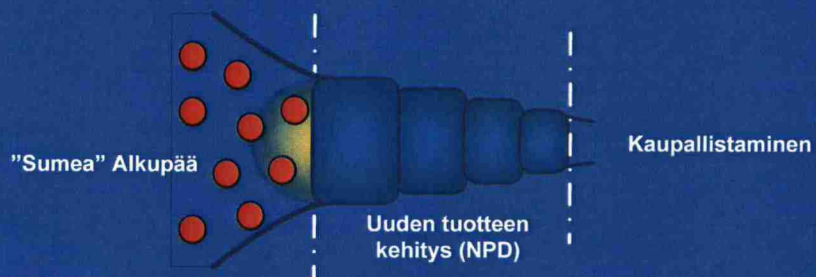
Cooperin ja Kleinschmidtin viiden vaiheen ja portin malli (1993)



Apilon & Mikkolan innovaatioprosessi T&K verkostossa (2006)



Koenin (et al.) innovaatioprosessi sumealla alkupäällä (2002)



Kuvio 2.11, Erilaisia tuotekehitys- ja innovaatioprosessin malleja

Yleiskuvan muodostamiseksi on kuvioon 2.11, koottu viisi erilaista tuotekehitys- tai

innovaatioprosessin mallia:

- Geneerinen tuotekehitysprosessi [Ulrich & Eppinger 2000]
- Uuden tuotteen perus(kehitys)prosessi (NPD, New Product Development) [Crawford & Benedetto 2006]
- Viiden vaiheen ja portin tuoteinnovaatiomalli [Cooper & Kleinschmidt 1993]
- Innovaatioprosessi T&K verkostossa [Apilo & Mikkonen 2006]
- Innovaatioprosessi sumealla alkupäällä (Fuzzy Front End) [Koen et al. 2002]

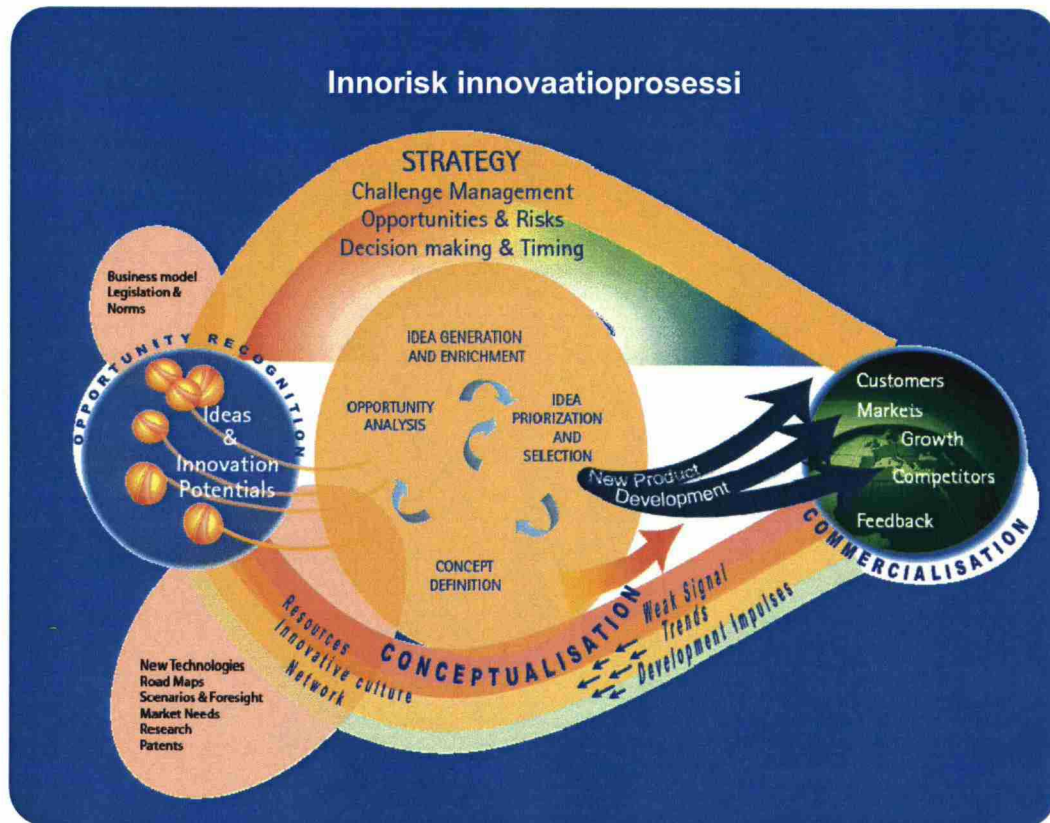
Malleja tarkastelemalla voidaan todeta, että, vaikka ne selvästi eroavatkin toisistaan, on niillä myös yhteisiä piirteitä. Kaikissa malleissa on jonkinlainen ideointi- tai konseptointivaihe prosessin alussa. Samaten ne kaikki sisältävät vaiheet, missä lopullinen tuote suunnitellaan tarkemmin ja lopuksi joko siirretään tuotantoon tai lanseerataan markkinoille. Tämän työn kannalta tämän tasoinen jaottelutarkkuus on täysin riittävää, koska tarkoitus on keskittyä ennen kaikkea tuotekehitys- / innovointiprosessin alkupäähän, missä konseptointi ja tuotekonseptointi tapahtuvat.

Todettakoon samalla, että tämän työn kannalta on merkitykseltä viitataanko tuotekehitys- vai innovaatioprosessiin, kunhan sisällöllisesti puhutaan samoista asioista samanmerkityksellisillä käsitteillä. Jatkossa tässä työssä käytetään pääasiassa innovaatioprosessin käsitettä, jonka yleisesti katsotaan olevan merkitykseltään tuotekehitystä laajempi ja sisältävän sen.

Jotkut innovaatiotoiminnasta kirjoittavat tutkijat ovat tosin katsoneet konseptoinnin jäävän innovaatioprosessin alkupään ja tuoteprosessin väliin tai kuuluvan ainakin osittain tuoteprosessiin (Apilo & Taskinen 2006 ja Apilo & Mikkola 2006). Saattaa olla, että he VTT:n tutkijoina haluavat painottaa konseptointiin sisältyvää ja etenkin teknisessä tuotekehitysprosessissa korostuvia tuotteen ominaisuuksia ratkaisevia ja piirteitä määritteleviä konseptointivaiheita. Tosin hieman ristiriitaisesti he kuitenkin esittävät innovaatioprosessin alkupäätä käsittelevässä tekstiosuudessaan: ”Innovaatioprosessin alkupäässä voidaan käsitellä muun muassa tuotekonseptin tarkentamista, tuotteen ominaisuuksien määrittelyä ja - - -. Innovaatioprosessin ensimmäisen vaiheen tuloksena syntyvät tuotekonseptin määritelmä, vaatimukset tuotekehitykselle ja liiketoimintasuunnitelma.”

Täysin toisenlainen jäsentely esitetään toisessa VTT:n juuri ilmestyneessä Innorisk-tutkimushankkeen väliraportissa: ”Conceptualisation is an expression used for describing the fuzzy frontend of the innovation process” [Paasi et al. 2008, 21]. Eli innovaatioprosessin alkupää -termi on kokonaan korvattu konseptointi-termillä (kuvio 2.12). ”Conceptualisation” tosin voidaan kääntää myös ”konseptualisoinniksi” mutta käyttöyhteys ja samaan

tutkimushankkeeseen liittyvä aiempi suomenkielinen väliraportti [Meristö et al. 2006, 18] osoittavat tarkoitettavan nimenomaan ”konseptointia”.



Kuvio 2.12, Innorisk innovaatioprosessi [Paasi et al. 2008, 8]

Todettakoon, että Paasen (et al.) esittämä jäsentely ja käsitesisältö sopii erityisen hyvin tämän työn tavoitteisiin, koska tarkoitus on keskittyä innovaatioprosessin alkupäässä tapahtuvaan tuotekonseptointiin, joka on yleisemmän ”konseptointi”-käsitteen yksi lajityyppi. Konseptointi voi kohdistua mihin tahansa innovaatiotyyppiin eli esimerkiksi palveluinnovaatioon, organisaatioinnovaatioon, prosessi-innovaatioon ja niin edelleen, kun taas tuotekonseptointi kohdistuu yksinomaan tuoteinnovaation kehittämiseen.

Viime vuosina on esiintynyt voimakas trendi ”tuotteistaa” palveluita, eli muokata niistä mahdollisimman selkeitä ja standardeja paketteja, joita pyritään myymään fyysisen tuotteen tavoin ja keinoin. Siihen, voidaanko näitä ”tuotteistettuja palveluita” kehittää tuotekonseptoinnin menetelmin, ei tässä työssä oteta kantaa mutta niiden käsittely ei sisälly työhön. Tässä työssä tarkastellaan siis tuotekonseptointia erityisesti fyysisten tuotteitten näkökulmasta. Tuotekonseptointi ja tämänkin työn tarkastelu voi olla suurelta osin sovellettavissa myös ”palvelutuotteisiin” mutta, kuten jo sanottu, jatkossa tässä työssä edetään

ajatellen vain fyysisiä tuotteita.

Jo todetun perusteella määritetään siis innovaatioprosessin koostuvan tässä työssä kolmesta osaprosessista:

- ”Konseptointiprosessista” eli innovaatioprosessin alkupäästä (FE, Front End), jota alan kirjallisuudessa kutsutaan usein myös ”sumeaksi alkupääksi” (FFE, Fuzzy Front End) johtuen sen vaikeasti strukturoitavasta ja hallittavasta luonteesta. Jatkossa käytetään ”konseptointiprosessista” synonyyminä myös lyhyempää muotoa ”konseptointi”.
- ”Tuoteprosessista” (PD, Product Development), jossa ”alkupään” läpäissyt tuotekonsepti systemaattisesti, tehokkaasti ja yksityiskohtaisesti suunnitellaan tuotantoa varten.
- ”Tuotanto- ja kaupallistamisprosessista”

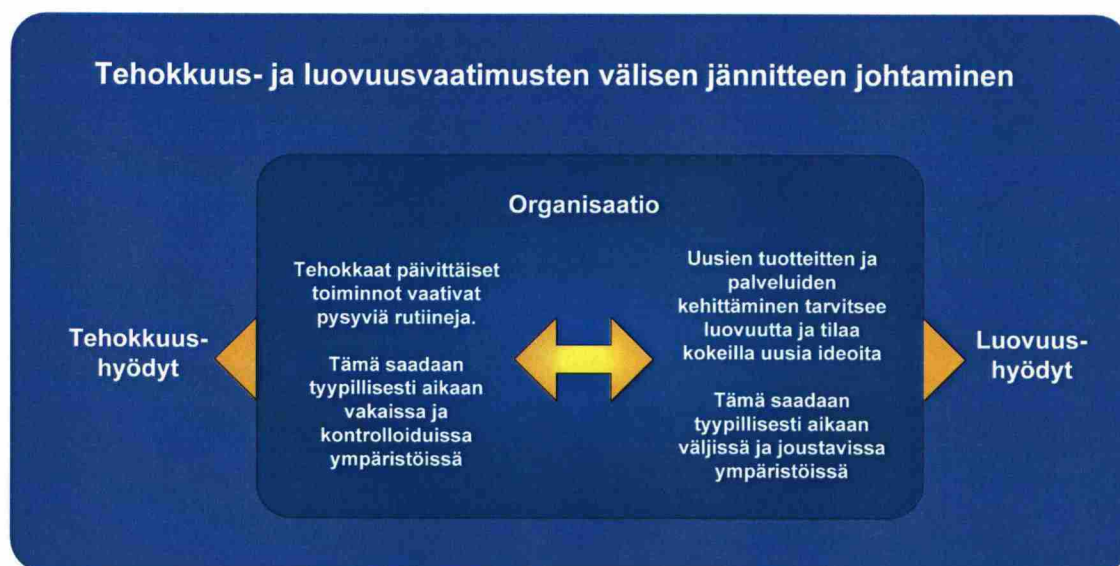
Tuoteprosessiin ja tuotanto- ja kaupallistamisprosessiin ei tämän työn puitteissa ole syytä eikä mahdollisuutta perehtyä tarkemmin mutta konseptointiprosessiin eli konseptointiin ja sen ehkä yleisimpään ja tunnetuimpaan muotoon, tuotekonseptointiin, syvennymme yksityiskohtaisemmin luvussa 3. Tätä ennen käymme kuitenkin läpi konseptointitoiminnan johtamiseen liittyviä tekijöitä ja haasteita.

2.2.6 Innovaatiojohtaminen

”Organisaatioissa on perustavanlaatuinen jännite vakauden ja luovuuden tarpeiden välillä (kuvio 2.13). Yritykset tarvitsevat vakautta ja pysyviä rutiineita suoriutuakseen tehokkaasti ja nopeasti päivittäisistä tehtävistä. Tämä aikaansaa organisaation kilpailukyvyn. Toisaalta yritysten täytyy myös kehittää uusia ideoita ja tuotteita pysyäksään kilpailukykyisinä tulevaisuudessa. Siksi niiden tulee ylläpitää organisaatiossaan myös luovaa ympäristöä, jossa ideoita voidaan testata ja kehittää. Tästä on seurauksena yksi tämän päivän olennaisimmista ongelmista yritysten johtamisessa.” [Trott 2005, 77-78]

Innovaatioprosessia ollaan yleisesti nostamassa yhdeksi yrityksen pääprosesseista, mistä seuraa tarve ymmärtää, miten innovaatiojohtaminen yrityksessä tulisi organisoida ja toteuttaa. ”Innovaatioiden syntymiseen tarvittava luovuus, kaaos, päällekkäiset toiminnot ja tiedonvaihto sekä epäonnistumiset pitää pystyä yhdistämään organisaation muihin prosesseihin ja systemaattisiin toimintatapoihin” [Apilo & Taskinen 2006, 19]. Tämä ei onnistu samalla tavalla tai jonkun yleispätevän johtamismallin mukaisesti kaikissa yrityksissä. Jokainen yritys ja organisaatio on yksilöllinen monessa eri suhteessa, johtuen muun muassa toimialasta, paikasta arvoketjussa, yrityskoosta, yrityskulttuurista ja liiketoimintamallista. Tämän vuoksi niiden

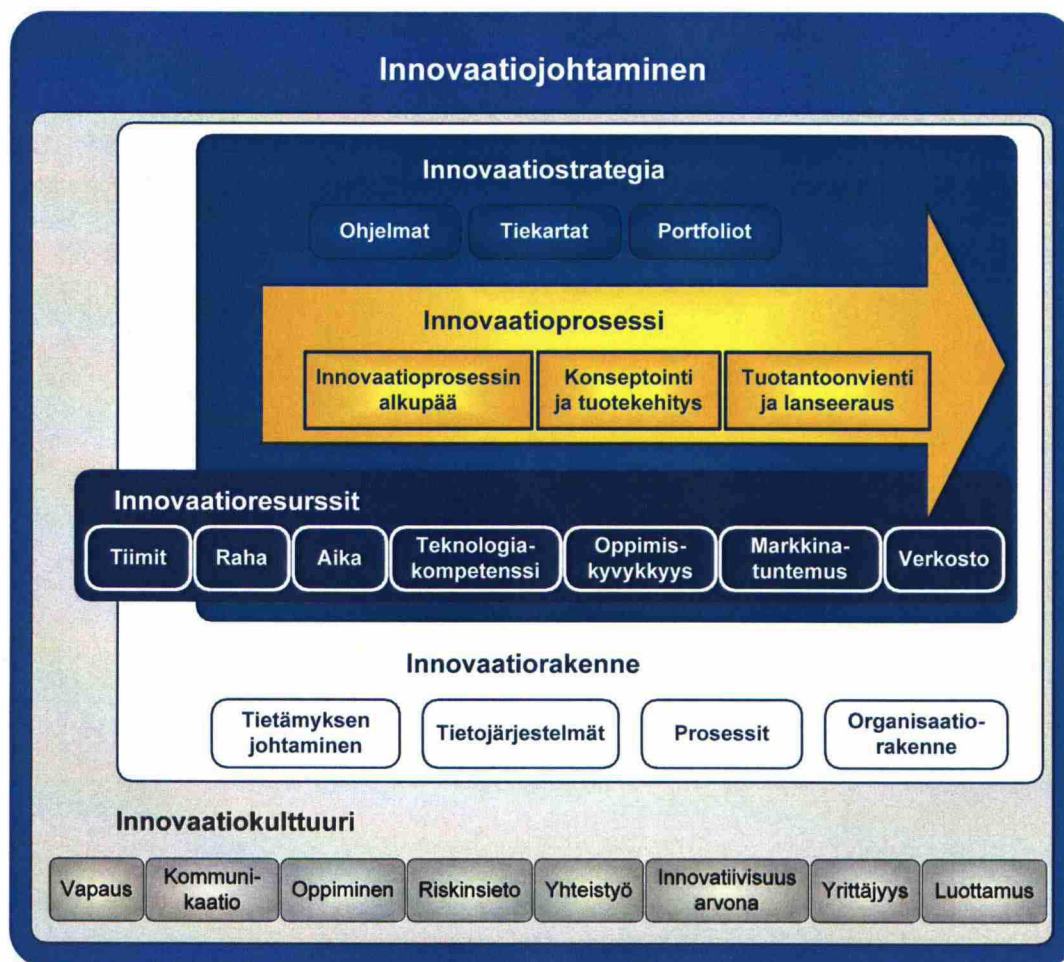
innovaatiotoiminnan johtamistavat, -strategiat ja -prosessitkin tulee luoda niiden omista olosuhteista ja omista tavoitteista lähtien.



Kuvio 2.13, Tehokkuus- ja luovuusvaatimusten välisen jännitteen johtaminen [mukailtu Trott:in 2005 mallista, 78]

Innovaatiojohtamisessa koetaan hyvin usein ongelmalliseksi ymmärtää, miten ylipäätään voidaan johtaa toimintaa, jonka tiedetään vahingoittuvan systematisoinnista. Tämä on tyypillistä johtajille, jotka ovat keskittyneet asioiden johtamiseen. ”Innovaatioprosessin alkupäässä tarvitaan ennemminkin ihmisten ja heidän ideoidensa tukemista sekä otollisten olosuhteiden ja kohtaamisien luomista.” Innovaatioprosessin loppupäässä voidaan hyödyntää systemaattista asioihin keskittyvää johtamistapaa (management) mutta prosessin luovassa alkupäässä tulisi johtaa ihmisiä (leadership). [Apilo & Taskinen 2006, 19]

Innovaatiojohtaminen koskee koko yritystä eikä vain jotakin yksittäistä (tuotekehitys)osastoa tai johtajaa. Siksi innovaatiotoiminta tulee integroida yrityksessä kaikilla tasoilla sen organisaatioon, kulttuuriin ja olemassa oleviin järjestelmiin, rakenteisiin sekä strategioihin siten, että kokonaisuus mahdollistaa innovaatioiden synnyn ja kehittymisen (kuvio 2.14). Innovaatiotoiminnasta vastuussa olevien johtajien tulee elää nykyhetkessä, seurata koko ajan ympäristössä tapahtuvaa kehitystä ja heillä tulee olla näkemystä sekä riskinotto-kykyä. [Apilo & Taskinen 2006, 20]



Kuvio 2.14, Innovaatiojohtaminen [Apilo & Taskinen 2006, 8]

”Tiedämme, etteivät useimmat innovaatiot saavuta kaupallista menestystä – itse asiassa useimmat innovaatiot epäonnistuvat. Toisaalta yritykset, jotka eivät innovoi, kohtaavat ennemmin tai myöhemmin taloudellisen kriisin ja kuolevat”. [Paasi et al. 2008, 3]

Trott:in mukaan on selvää, että innovaatio on hyvin monimutkainen prosessi johdettavaksi. Siihen liittyy lukuisia tekijöitä, jotka toimivat itsenäisesti mutta jotka usein vaikuttavat merkittävästi toisiinsa. Organisaation täytyy reagoida sekä ulkoisiin että sisäisiin tapahtumiin, joita usein ei voi millään tavalla kontrolloida. Kun yritysjohtajan normaalissa liiketoiminnan johtamisessa tulee pystyä tulemaan toimeen epävarmuuden kanssa, niin innovaatiojohtamisen olemassaolon tarkoitus on kehittää jotakin uutta ja erilaista. Epävarmuuden hallinta on innovaatioprosessin keskeinen piirre. [Trott 2005, 79]

Oleellinen osa innovaatiojohtamista on innovaatiotoiminnan strategiatason suunnittelu ja koordinointi yrityksen muihin strategioihin ja kokonaisstrategiaan. Innovaatiotoiminnan näkökulmaa yrityksen strategisen tason suunnittelussa kutsutaan luonnollisesti innovaatio-

strategiaksi. ”Innovaatiostrategia vastaa kysymyksiin siitä, miten tulee innovoida ja kuinka uusien innovaatioiden kautta yrityksen tulee pyrkiä liiketoiminnallisiin tavoitteisiinsa ja kohti yrityksen visioita” [Apilo & Taskinen 2006, 27]. Kokonaisstrategian osana innovaatiostrategialla on hyvin läheiset liittymäkohdat erityisesti yrityksen kilpailu-, teknologia- ja IPR-strategioihin.

Ollakseen onnistunutta innovaatiotoiminnan tulisi siis innovaatiojohtamisen avulla integroitua mahdollisimman saumattomasti koko yritykseen kaikilla sen toiminnan ja suunnittelun tasoilla. Innovaatiojohtamisen tulee toiminnan tuloksien kautta myötävaikuttaa yrityksen menestymiseen ja tavoitteitten saavuttamiseen eikä vain syödä yleensä enemmän tai vähemmän niukkoja resursseja.

3 TUOTEKONSEPTOINTI

3.1 Tuotekonseptointi ja konseptisuunnittelu

3.1.1 Tuotekonseptin ja konseptisuunnittelun käsitteistä

Aiemmin on jo todettu, että tuotekonseptointi on yrityksen innovaatioprosessin alkupäähän ennen varsinaista yksityiskohtaista tuotesuunnittelua sijoittuva konseptointiprosessin muoto tai laji, joka keskittyy nimenomaisesti tuotteitten konseptointiin. Tämän prosessin lopputuloksena syntyy tuotetta kuvaava konsepti eli tuotekonsepti. Yleensä yhdessä tuotekonseptontihankkeessa syntyy samoista lähtökohdista prosessoituina itse asiassa useampia konsepteja kerralla.

Tuotekonsepti on tuotehahmotelma, johon sisältyy muun muassa kuvaus tuotteen toiminnasta, teknologiasta, rakenteesta ja kohderyhmästä [Kokkonen et al. 2005, 11]. Siinä voidaan esitellä myös tuotteen hyötyä käyttäjälleen, käyttökokemusta, ulkonäköä, tyyliä, ergonomiaa, vuorovaikutusta ja niin edelleen [Keinonen et al. 2003 a, 37].

Tuotekonseptoinnin yhteydessä ”konseptisuunnittelulla” tarkoitetaan lähes samaa kuin ”konseptoinnilla”. Useimmiten sitä käytetään konseptoinnin synonyymina silloin, kun puhutaan konseptoinnista nimenomaan työ- ja suunnitteluprosessina. ”Konseptointi” -termiä puolestaan käytetään enemmän teoreettisempain ja yleensäkin laajempien asiakokonaisuuksien yhteydessä.

Keinosen, joka on tutkinut konseptointia Taideteollisen korkeakoulun muotoilun professorina ja kirjoittanut nimenomaan tuotekonseptoinnista, mukaan konseptin tulee olla myös ”ennakoiva, perusteltu, oleelliseen keskittyvä ja ymmärrettävä kuvaus tuotteesta”. Ennakoivuudella hän tarkoittaa sitä, että konseptin tulee kuvata tuotetta, joka ei syntyisi samaan aikaan normaalin tuotekehitysprosessin tuloksena. Se, että konsepti on perusteltu kuvaus tuotteesta, merkitsee sitä, että konseptissa on tuotava esiin riittävästi niitä seikkoja, joiden perusteella konseptin kehityksessä syntyneet ratkaisut on tehty. Konseptin ei tarvitse olla toimivaksi tai oikeaksi todistettu eikä sen tavoitteena ole määritellä tuotetta täydellisesti. Oleellista on niiden konseptin ominaisuuksien tai piirteiden esiin tuominen, jotka erottavat sen muista konsepteista tai olemassa olevista tuotteista. Koska konsepti on ennen kaikkea tarkoitettu kommunikaation apuvälineeksi, on sen pystyttävä välittämään siihen sisältyvät ajatukset ja viesti-informaatio helposti ja ymmärrettävästi. [Keinonen et al. 2003 a, 37]

Koen (et al.) määrittelee konseptin seuraavasti: "Concept: Has a well-defined form, including both a written and visual description, that includes its primary features and customer benefits combined with a broad understanding of the technology needed. [Koen et al. 2002, 7]

Paasi (et al.) on aluksi hyvin samoilla linjoilla Koenin kanssa määritellessään konseptin seuraavasti (omien sanojensa mukaan tavanomaista laajemmin): Konsepti on hyvin määritelty hahmotelma tuotteesta sisältäen sen tärkeimmät piirteet ja hyödyt käyttäjälle sekä ymmärryksen tarvittavasta teknologiasta. Sen tulee kattaa sekä teknologia- että liiketoimintanäkökulmat eli sisältää myös määrittelyn tuotteen liikeideasta eli siitä, miten yritys kykenee tekemään sillä voittoa. [Paasi et al. 2008, 21]

Keinonen (et al.) on todennut konseptoinnista lisäksi seuraavaa: "Tuote käsitteenä on vakiintunut tarkoittamaan markkinoille tuotavaa vaihdannan kohdetta. Kun tuotesuunnittelunomaista toimintaa tehdään ilman tavoitetta välittömästä tuotannon ohjeistuksesta ja markkinoille tulosta, on syytä käsitteellisesti erottaa tällainen toiminta tuotesuunnittelusta sen ydinmerkityksessä." [Keinonen et al. 2003 a, 28]

Tutti – Tulevaisuuden tuotekonseptit – tutkimusprojektissa, joka toteutettiin osana Tekesin MASINA-teknologiaohjelmaa 2002 – 2004 ja jossa pyrittiin ennakoimaan liiketoiminnan muutoksia tulevaisuuden tuotteitten avulla, esitetään lisäksi: "Tuotekonseptilla tarkoitetaan yleensä tuotehahmotelmaa, jolla ei suoraan ohjeisteta tuotantoa eikä mennä markkinoille, vaan sen avulla tutkitaan mahdollisuuksia ja tehdään päätöksiä." [Kokkonen et al. 2005, 11]

Edellä esitettyjen määritelmien perusteella tuotekonseptille ei voi antaa mitään täysin yksiselitteistä ja yleispätevää määritelmää. Erityisesti tulee huomata, että Keinonen (et al.) ja Kokkonen (et al.) irrottavat tuotekonseptoinnin ajatuksellisesti ja käsitteellisesti tuotesuunnittelusta ja tuotekonseptin perusteella suunniteltavan tuotteen viemisestä markkinoille. Tosin molemmat kirjoittajat toteavat muussa yhteydessä, että tuotekonseptoinnin perusteella syntyviä konsepteja saatetaan kuitenkin viedä tuotekehitykseen (ja edelleen siis markkinoille), vaikkei sitä konseptointiprojektilla olekaan tavoiteltu [Kokkonen et al. 2005, 28, Keinonen et al. 2003 a, 43]. Tähän löytyy selitys siitä, että konseptointia tehdään hyvin erilaisissa yhteyksissä toimialoista ja yrityksistä riippuen. Konseptointia tehdään myös aikajänteen ja esimerkiksi teknologian kehittymisen suhteen eri tasoilla. Keinonen (et al.) on esityksessään keskittynyt niin sanottuun "kehittävään konseptointiin" ja Kokkonen (et al.) niin sanottuun "visioivaan konseptointiin", jotka molemmat edustavat konseptoinnin lajityyppejä, joiden yhtymäkohdat tuotesuunnitteluun ovat selvästi etäisemmät kuin esimerkiksi niin

sanotulla ”määrittelevällä” konseptoinnilla.

Tässä työssä ei ole syytä tehdä eroa siihen onko tuotekonseptointi irrotettu välittömästä tavoitteesta ohjeistaa tuotesuunnittelua tai tuleeko tuotekonseptiin sisältyä myös tuotteen liikeidea vai ei. Työn tavoitteiden osalta ei ole välttämätöntä löytää tuotekonseptille täysin yleispätevää määritelmää tai määrittää sitä yksiselitteisesti. Riittää, että pystytään kuvaamaan konseptointia ja sen tyypillisiä tuloksia.

3.1.2 Esimerkkejä erilaisista tuotekonsepteista

Audi SNOOK

Audin konseptiauto on yhden pallomaisen pyörän varassa kulkeva auto. Erikoisrakenteisen moottorin avulla SNOOKkia voi ajaa mihin suuntaan hyvänsä. Aktiivinen tietokoneohjaus estää sitä kaatumasta. Ketterästä kulkuneuvosta on suunniteltu yksi- ja kaksipaikkaiset versiot. Tuotekonseptin on suunnitellut Tilmann Schlöotz. [Tekniikka&talous 2008]





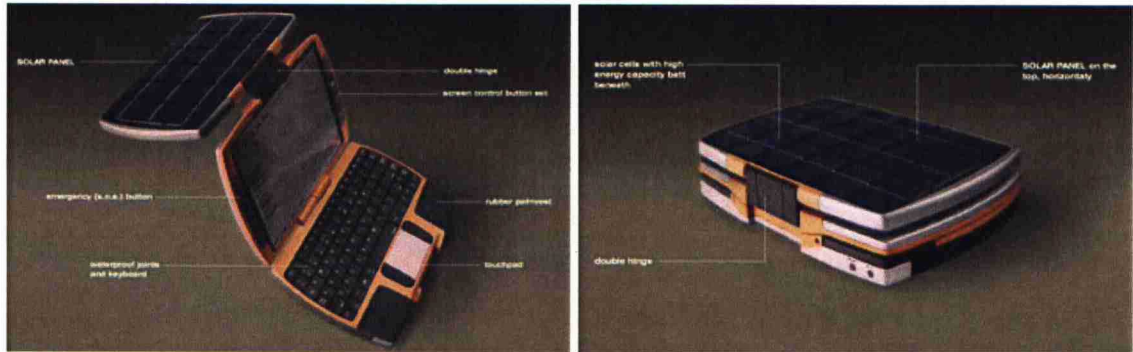
Audi SNOOK
Tilmann Schlötz



Audi SNOOK

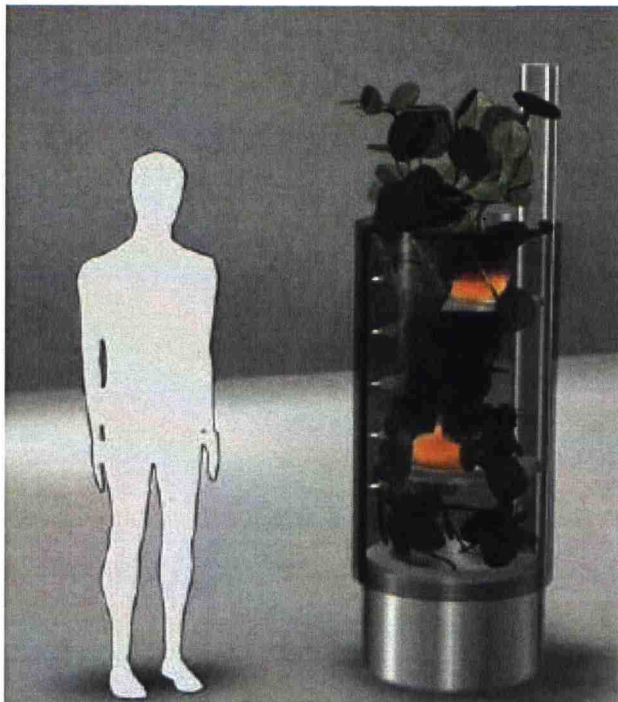
Solar notebook

Nikola Knezevicin aurinkopaneelilla varustettu tietokonekonsepti.



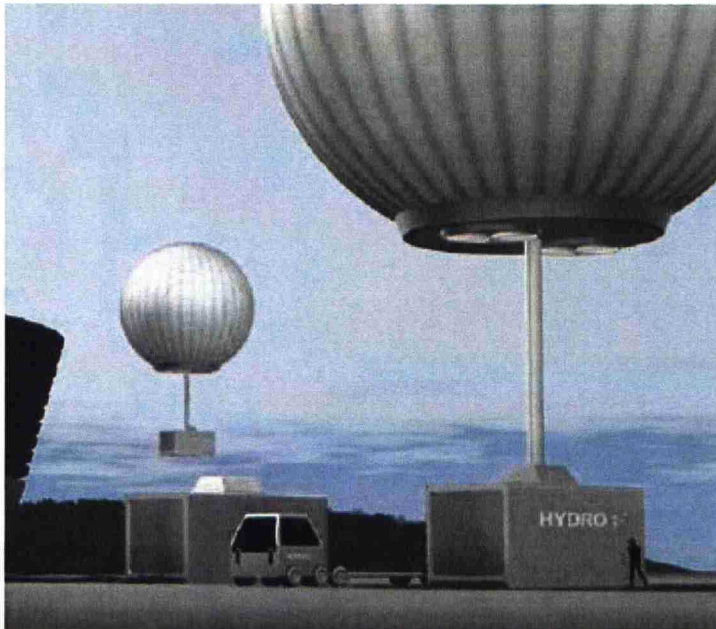
[Computerworld 2008]

Keittiöpuutarha



”Keittiöpuutarha tuottaa tuoreita vihanneksia ja hedelmiä sisätiloissa. Geenimanipuloidut lajikkeet kasvavat nopeasti, ja niiden kasvuvauhtia voi olosuhteita säätämällä muuttaa siten, että tuotto vastaa kulutusta. Keittiöpuutarhan käyttöön tarvitaan sähkön ja veden lisäksi vain lannoite- ja siemenpanoksia. Kasvit kasvavat järjestelmän kontrolloimassa ravinneliuoksessa, ja niiden koostumus ja ulkomuoto voi geenimuuntelun johdosta poiketa hyvinkin paljon luonnonmukaisista kasveista.” [machina.hut.fi a]

Hydroppeliini



”Hydroppeliini on vetypallon ja konttimuotoisen polttokennovoimalan yhdistelmä, joka käyttää polttoaineenaan vetyä. Ilmaa kevyempänä vety toimii samalla voimalan edullisena kuljetuskeinona, mikä mahdollistaa energiantuotantokapasiteetin nopean toimittamisen myös logistisesti ongelmallisiin kohteisiin. Hydroppeliinin avulla esimerkiksi erilaisten massiivisten urheilu- ja viihdetapahtumien sekä konserttien järjestäminen helpottuu. Myös erilaisiin katastrofeihin, kuten tulviin ja maanjäristyksiin liittyvissä avustus- ja pelastusoperaatioissa voidaan hyödyntää hydroppeliinia.” [machina.hut.fi b]

3.1.3 Tuotekonseptoinnin tavoitteet ja hyödyt

Keinonen (et al.) on esittänyt tuotekonseptoinnin tavoitteiksi seuraavia asioita:

1. Valmistautuminen tuotesuunnittelun toteuttavaan vaiheeseen
2. Radikaalisti uusien ratkaisujen tavoittelu
3. Ideapankin luominen yrityksen tuotesuunnittelun käyttöön
4. Mahdollisten avainteknologioiden tunnistaminen patentointia varten
5. Tulevaisuuden kartoittaminen ja vaihtoehtojen konkretisointi yrityksen strategisen päätöksenteon tueksi
6. Oppiminen ja luovuuden kehittäminen yksilön ja organisaation tasoilla
7. Markkinoiden ja yleisön odotuksiin vaikuttaminen ja yritykselle suotuisan

”Valmistautuminen tuotesuunnittelun toteuttavaan vaiheeseen” vastaa tavoitteena perinteisen tuotekehityksen ideointivaihetta silloin, kun siinä ei pyritä välittömään suunnitteluongelman ratkaisemiseen vaan ennemminkin suunnitteluhaasteen täsmentämiseen ja erilaisten vaihtoehtojen kartoittamiseen. Perinteisessä tuotesuunnittelussa ei yleensä tiukkojen aikataulutavoitteitten, tehokkuusvaatimuksen sekä taloudellisten ja liiketoiminnallisten riskien minimointipyrkimysten seurauksena kuitenkaan ole mahdollisuutta tavoitella juuri muuta kuin tarkoin määriteltyjä inkrementaalisia innovaatioita olemassa oleviin tuotteisiin. Tuotekonseptoinnissa, joka on irrotettu tavoitteesta välittömästi ohjeistaa yksityiskohtaista tuotesuunnittelua ja tuotantoa, on huomattavasti paremmat mahdollisuudet lähteä tavoittelemaan kokonaan uudentyyppisiä tuotteita ja ratkaisuja eli radikaaleja innovaatioita. Tuotekonseptointitoiminta voi myös hyödyttää perinteistä tuotesuunnittelua tuottamalla sen käyttöön erilaisista uusista ajatuksista ja ratkaisuksista koostuvan ideapankin. [Keinonen et al. 2003 a, 29-31]

Erityisesti visioivan tason konseptisuunnittelulla pyritään hahmottamaan yrityksen ja sen tuotteiden sekä koko toimialan tulevaisuutta ja kehitystä. Sillä saadaan tuotettua konkreettista strategisen päätöksenteon tueksi, kun konseptointiprosessissa on työstitetty ja pohdittu teknologian, markkinoiden ja yrityksen kehitystä tavanomaista tuotesykliä pidemmälle. Koska tulevaisuuteen liittyvät odotukset ja arviot on tuotekonseptissa puettu havainnolliseen muotoon, pystytään niihin liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia myös analysoimaan. Konseptisuunnittelun katsotaan myös yleisesti kehittävän siihen osallistuvien henkilöiden luovuutta ja parantavan heidän työskentelymotivaatiotaan. Konseptointiprosessissa opitaan yleensä paljon uutta mielenkiintoista asiaa ja pääsääntöisesti prosessissa on mukana yrityksen ylintä johtoa ja sitä tehdään yli osastorajojen yhdessä tekniikan, muotoilun ja markkinoinnin osaajien kanssa. [Kokkonen et al. 2005, 25-28]

Tuotekonsepteja voidaan käyttää myös yrityksen viestinnässä yrityksen imagon rakentamiseen ja joissakin tapauksissa myös markkinoihin vaikuttamiseen. Tällä tarkoitetaan sitä, että laajasti mediassa näkyvä mielenkiintoinen ja haluttava tuotekonsepti voi itse asiassa synnyttää tuotteelle kysynnän jo ennen kuin tuotteen valmistamisesta on ehditty tehdä päätös. Tuotekonseptien haluttavuutta ja mahdollisten asiakkaitten suhtautumista niihin voidaan mitata markkinatutkimuksen keinoin. [Keinonen et al. 2003 a, 26, 35]

Tämän työn kannalta merkityksellisimmät tuotekonseptoinnin tavoitteet ja mahdolliset hyödyt sisältyvät siihen, että konseptointiprosessissa tavoitellaan tyypillisesti tavanomaisuudesta poikkeavia tuoteideoita sekä uusia muotoilullisia ja teknisiä ratkaisuja. Edellytykset sille, että

tuotekonseptoinnin yhteydessä luodaan jotakin uutta, jopa radikaalistikin uutta, ovat siis olemassa. Jos ja kuten helposti voi olettaa, että tällaista ”uutta aineetonta pääomaa” halutaan jollakin tavalla hyödyntää, on syytä selvittää tuleeko se suojata ja mitä vaihtoehtoja sen suhteen on olemassa.

3.1.4 Tuotekonseptointi yrityksen kontekstissa

Uusi tuoteidea syntyy yleensä konseptoimalla, mikä johtaa tai pakottaa uuden teknologian kehittämiseen tai olemassa olevan teknologian innovatiiviseen soveltamiseen eli teknologiseen innovaatioon. Tuotekehityksen ja kaupallistamisen jälkeen on saatu aikaan tuoteinnovaatio, jonka avulla yritys voi menestyksellisesti kilpailla toimialallaan. Tuotekonseptointi auttaa yritystä suuntaamaan tutkimus- ja tuotekehitystoimintansa oikeisiin kohteisiin. [Kokkonen et al. 2005, 17]

”Konseptisuunnittelu ei ole yksiselitteinen käsite, sillä konsepteja voidaan tehdä eri tavoin eri tarkoituksia varten. Konseptien kehittäminen on jaettavissa neljään kategoriaan (kuviot 3.1 ja 3.2). Kaksi pidemmälle tulevaisuuteen tähtäävää kategoriaa ovat visioiva (*visioning*) ja kehittävä (*emerging*) konseptisuunnittelu. Nämä eivät välttämättä suoraan johda kaupallisen tuotteen kehittämiseen. Tuotekehitysprojektiin suoraan liittyvää konseptointia ovat määrittelevä (*defining*) ja ratkaiseva (*solving*) tuotekonseptointi.” [Kokkonen et al. 2005, 17]

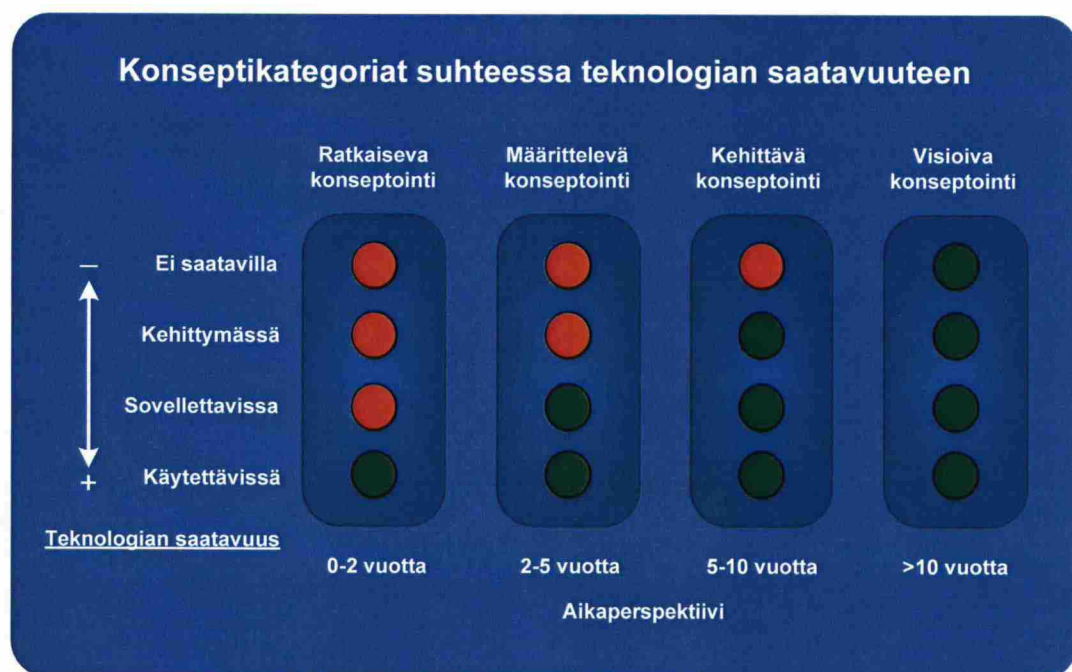


Kuvio 3.1, Erilaiset konseptointikategoriat [Kokkonen et al. 2005, 20]

Konseptointia, jossa kartoitetaan pitkän aikavälin eli tulevaisuuden tuotemahdollisuuksia,

voidaan sanoa visioivaksi tuotekonseptoinniksi. Sen tuloksena syntyy tulevaisuuden tuotekonsepteja, joita tyypillisesti käytetään yrityksissä strategiasuunnittelun apuvälineinä. Suunnittelutyössä tuotekonseptit pyritään usein sijoittamaan erilaisten tulevaisuusskenaarioiden avulla määriteltyihin tulevaisuuden toimintaympäristöihin. Tuotekonseptien sisältämä teknologia voi olla olemassa mutta välttämättä siitä ei suunnitteluvaiheessa vielä tiedetä juuri mitään. [Kokkonen et al. 2005, 17-18]

Tuotekonseptointia, jossa tutkitaan esimerkiksi uusia lupaavia teknologioita, potentiaalisia markkinoita tai tunnustellaan oletettujen tulevien käyttäjätarpeiden mahdollisuuksia, voidaan kutsua kehittäväksi tuotekonseptoinniksi. Kehittävän tuotekonseptoinnin aikajänne on keskimäärin 5-10 vuotta, ja ero tällä hetkellä käytettävään teknologiaan ja nykyisiin markkinoihin voi olla hyvinkin radikaali. Sen avulla voidaan muun muassa tehdä uudet tutkimustulokset paremmin ymmärrettäväksi ja tukea samalla päätöksentekoa ajatellen yrityksen tulevia tuotesukupolvia. [Kokkonen et al. 2005, 18]



Kuvio 3.2, Konseptikategoriat suhteessa teknologian saatavuuteen [Kokkonen et al. 2005, 21]

Ennen varsinaisen tuotekehityksen aloittamista tarvitaan määritteleviä konsepteja, joilla hahmotellaan vaihtoehtoisia tuotteen kokonaisratkaisuja. Määrittelevä konseptointi voidaan tilanteesta riippuen nähdä osaksi tuotekehitystä tai omaksi kokonaisuudekseen. Tuotekehitysprosessin alussa tehdään tyypillisesti erilaisia variaatioita tuotteen kokonaisratkaisun osalta mutta toisaalta määrittelevän konseptoinnin havainnollistamat tuotepiirteet ja -omaisuudet tulisi olla tiedossa jo ennen tuotekehitysprojektin aloituspäätöstä. Määrittelevää konseptointia

tehtäessä ei vielä olla sitouduttu minkään yksittäisen tuotteen toteuttamiseen mutta tämän vaiheen jälkeen tuotekehittävä konsepti on tiedossa ja päätös tuotteen sijoittumisesta yrityksen tuoteportfolioon on tehty. Itse tuotekehitysprosessissa tehtävää yleensä teknisiä ja muotoilullisia näkökulmia tarkentavaa konseptisuunnittelua kutsutaan ratkaisevaksi konseptisuunnitteluksi. [Kokkonen et al. 2005, 19]

3.1.5 Konseptisuunnittelu

”Konseptisuunnittelulla on piirteitä, jotka ovat tuttuja innovaatiotoiminnasta, luovan suunnittelun kuvauksista tai muotoilua haastavimmillaan luonnehtivista esityksistä. Kun pyritään tekemään jotain uutta, päädytään samoihin tekemistä kuvaaviin luonnehdintoihin, jotka erottelevat toiminnan tehokkaasti virtaviivaistetusta tuotesuunnittelusta riippumatta siitä, mitä nimeä toiminnasta halutaan käyttää.” [Keinonen et al. 2003 a, 37]

Yksittäiset työvaiheet eivät konseptointityössä välttämättä juuri eroa tuotesuunnittelutyön työvaiheista. Erot määräytyvät lähtökohtien, tavoitteitten, työskentelyn vapausasteiden ja lopputuloksien kautta. Konseptointia tehdään siis pääpiirteittäin tuotesuunnittelun työskentelytapoja soveltaen. Ensin yleensä mietitään, mitä ollaan tekemässä, jonka jälkeen kerätään ja jäsennetään aiheeseen liittyvää tietoa. Useimmiten erilaisten iteroivien ideointi-, arviointi- ja analysointivaiheiden kautta luodaan ratkaisuja, joita edelleen iteroiden kehitetään, yhdistellään ja karsitaan. Tätä toimintaa ohjaa suunnitteluryhmän oma näkemys siitä, mitä toiminnalla tavoitellaan. [Keinonen et al. 2003 b, 50]

Tärkeätä konseptisuunnittelussa on se, ettei suunnittelijoiden tarvitse keskittyä tiukasti ennalta määritellyn ratkaisun tuottamiseen vaan he voivat ottaa suunnittelukohteeseen etäisyyttä ja näkökulmaa vaihtamalla etsiä uusia ratkaisuja. Uusien näkökulmien löytämistä halutaan yleensä tukea myös sillä, että suunnitteluryhmästä pyritään muodostamaan mahdollisimman monipuolinen ja monialainen. Mukana voi olla esimerkiksi teknologian, liiketoiminnan, muotoilun, käytettävyyden, sosiologian ja tulevaisuuden tutkimuksen asiantuntijoita. Hyvin usein osa näistä henkilöistä tulee yrityksen ulkopuolelta. [Keinonen et al. 2003 a, 37-38]

Selvimmin tuotekonseptointiin liittyvä konseptisuunnittelu eroaa perinteisen tuotekehityksen ideointi- ja konseptisuunnitteluvaiheesta tietointensiivisyytensä, tuotestrategisen vapauden ja innovaatiohakuisuutensa perusteella. Koska radikaalisti uudenlaisten tuotteitten suunnittelussa ei voida samalla tavalla tukeutua yrityksen olemassa olevaan asiantuntemukseen ja osaamiseen, annetaan tuotekonseptoinnissa erityistä painoa suunnittelun lähtötietojen keräämiselle ja

selvittämiseksi. Tuotekonseptoinnissa ei useinkaan lähtökohtaisesti määritellä käytettävää teknologiaa, kohdemarkkinoita, käyttäjiä tai markkinoille tulon ajankohtaa. Tällaiset tuotestrategiset valinnat ovat tuoteominaisuuksien kanssa konseptisuunnittelun keskeistä sisältöä. Tuotekonseptointi on suuressa määrin hyvin innovaatiohakuista innovaatiotoimintaa, jossa on voitava sietää epävarmuutta ja on oltava mahdollisuus määritellä suunnitteluongelma uudelleen sen perusteella, mitä suunnittelutyössä opitaan ja ymmärretään. [Keinonen et al. 2003 b, 51]

3.2 Tuotekonseptoinnin tulokset

3.2.1 Tuotekonseptin esittäminen

Tuotekonseptoinnin tuloksena, kuten aiemmin on jo todettu, syntyy tuotehahmotelmia eli tuotekonsepteja, jotka tyypillisesti käsittävät visualisoinnit konseptituotteesta (kuvio 3.3) ja sen käytöstä sekä erilaista tekstimuotoista kuvausta esimerkiksi käytettävästä teknologiasta, markkinapotentiaalista ja suunnittelusta kohdeasiakkaasta. Esityksestä tulisi käydä ilmi oleelliset konseptin hahmottumista ohjanneet ajatukset ja suunnitteluun sisältyneiden valintojen perustelut. Tuotekonseptille annetaan yleensä myös nimi ja sille luodaan identiteetti – tuotebrändistä ei tässä vaiheessa vielä voida puhua mutta, jos tuotekonsepti joskus päättyy oikeana tuotteena markkinoille, niin oivaltavasta identiteetistä voi markkinoinnin avulla syntyä myös brändi.

”Monialainen arviointi asettaa omia haasteitaan konseptien esittämiselle, koska erikoisalojen käyttämät ilmaukset ja kuvaustavat eivät välttämättä avaudu koko arviointiryhmälle. Useiden tuotekonseptien arvioimista varten esitysten tulisi olla suhteellisen samankaltaisia formaatiltaan. Tämä helpottaa vertailua, eikä hyvin esitetty konsepti saa perusteetonta etua vain viimeistellyn esitysmateriaalinsa perusteella.” [Keinonen et al. 2003 b, 65]

DrWhatsOn

concept project

CONNECTING PEOPLE IS KNOWING THE CONTEXT

Meeting profile changes

Showing recipient context or activity
"Mike is by the sea, running fast"

Context sensitive reminders

"Remember to pick up milk on the way home"

Message delivery based on the context

"Show this to Mike when he goes to lunch"

Receiving of a context profile

"[JFK airport profile received]"

Fingerprint sensor
authentication in e-commerce
applications



Touch sensor
device in user's hand

Accelerometers
stability
orientation gestures
user's movements

Time and calendar
automated functions
based on calendar
and time information



Microphones
environmental
audio context

Temperature & Humidity sensors
environmental changes

Illumination & color sensors
illuminance
type of light
(artificial or natural)

Kuvio 3.3, DrWhatsOn puhelinkonsepti (Nokia) [Keinonen et al. 2003 b, 64]

Se, ovatko tuotekonseptit tuotteen kuvauksessa ja määrittelyissä kuinka tarkkoja ja yksityiskohtaisia, riippuu muun muassa käytettävissä olevista resursseista ja ennen kaikkea konseptoinnin tavoitteista. Jos tuotekonsepti tehdään välittömänä tavoitteenaan pääseminen tuotekehitysprosessiin ja edelleen lanseerattavaksi markkinoille, on määrittelytarkkuus huomattavasti yksityiskohtaisempaa kuin visiotason konsepteilla.

Eräs lähestymistapa tuotekonseptien esittämiseen on jakaa esitys muutamaaan eri osa-alueeseen kuten alla taulukossa 3.1 on tehty.

Yleiskuva koko tuotteesta. Yleiskuvaan liittyvät konseptin nimi, oleellisimpien toimintojen kuvaus sekä tärkeimmät tekniset ominaisuudet. Tyypillisesti yleiskuvassa esitetään myös tuotteen fyysisen olemus, mutta joskus järjestelmän lohko-kaavion esittäminen voi antaa paremman kuvan tuotteesta.
Käyttäjärühmien määrittely ja kuvaus konseptituotteen käytöstä. Nämä kuvaukset tyypillisesti sisältävät arvion markkinapotentiaalista ja kertomuksen tai sarjakuvien esitettyjä käyttökäytännöitä. Mikäli tuote on suunnattu arviointiryhmästä poikkeavalle käyttäjäkunnalle on näihin kuvauksiin erityisesti syytä paneutua, koska arvioinnissa ei välttämättä voida tällöin käyttää omia kokemuseräisiä käsityksiä
Tuotekonseptin muut arviointikriteerit Tärkeimmät kilpailijat, arvio kehitysbudjetista, arvio kehitykseen tarvittavasta ajasta sekä mahdollisten teknisten, lakiin tai standardeihin liittyvien pullonkaulojen tunnistaminen.
Testaustulokset. Mikäli konseptia on vaikka vain alustavastikin testattu esimerkiksi teemahaastatteluun tai käytettävyydestein, testitulokset ovat oleellinen osa konseptin esittämistä.

Taulukko 3.1, Tuotekonseptin esittäminen [Keinonen et al. 2003 b, 65]

3.2.2 Tuotekonseptien arviointi

Tuotekonsepteja arvioidaan tyypillisesti laadullisia lähestymistapoja käyttäen esimerkiksi asiantuntijoita ja erilaisia työryhmiä käyttäen. Hyvän lopputuloksen aikaansaamiseksi tulisi koota monialainen ja -taustainen arviointiryhmä, sillä arviointi on korkeintaan niin hyvä kuin sen tekevät arvioijat. Yrityksissä on yleensä mukana parhaat asiantuntijat eri toiminnoista sekä jatkokehityksen rahoituksesta vastaavia henkilöitä. Arvioinneissa voi ilmetä mahdollisuuksia kehittää konsepteja eteenpäin ja yhdistellä niissä olevia mielenkiintoisia tuoteominaisuuksia. Myös karsittuja tuotekonsepteja tai niiden osatekijöitä voidaan muokata edelleen ja ne voidaan ottaa mukaan käsittelyyn myöhemmissä vertailussa. [Keinonen et al. 2003 b, 60-61]

Arvioinnissa käytettävien kriteerien ja itse arviointiprosessin tulisi olla kehittäviä ja kannustavia siten, että ne soveltuvat konseptien vertailuun eivätkä tyrmää lupaavia mutta keskeneräisiä

ideoita. Yksityiskohtaisista kriteereistä on vaikea määritellä mitään yleispätevää ja kiinteää luetteloa, koska konseptointi tuo usein esiin uusia mahdollisuuksia ja näkökantoja. Hyvä lähtökohta kriteerien hahmottamiseksi yleisellä tasolla on selvittää esimerkiksi yritysjohton tiedon tarvetta tuotekonseptien tulevan käytön osalta. Monialaisessa arvioinnissa voisi olla myös hyödyllistä keskustella arviointikriteerien sisällöstä, sillä eri aloilla työskentelevillä ihmisillä on tapana antaa samoille käsitteille erilaisia merkityksiä. [Keinonen et al. 2003 b, 61-62]

Alla taulukossa 3.2 esimerkinomainen luettelo mahdollisista tuotekonseptien arviointikriteereistä.

Tuote	Tuotteen oleelliset ominaisuudet Käytettävyys Luotettavuus Ympäristö- ja turvallisuuskäsitteet Tuotearkkitehtuuri Myyntiargumentit Teollinen muotoilu
Tekniikka	Tekninen toteutettavuus
Asiakas	Käyttäjän tarpeet, joihin vastataan Piilevät käyttäjän tarpeet, joihin vastataan Tuotteen kompleksisuus
Markkinat	Asiakasmääritys Markkinapotentiaali Kehitysaika (Time-to-market) Toimituskanavat Kilpailijat Tuotteen laajuusrajaus (systeemituotteet)
Kannattavuus	Asiakaskohtainen tuotto Aika kannattavuuteen (Time-to-profit) Tuotteen kustannusrakenne
Organisaation kyvykyys	Organisaation toteuttamiskyky Olemassa oleva osaaminen Ulkoistuslaajuus Projektin vetäjä (Champion)
Strategia	Tuotteen strateginen sopivuus Tuotteen riskit Taaksepäin yhteensopivuus (Carry-on)
Määräysten mukaisuus ja suojaus	Tuotealueen patenttitilanne Tuotteeseen liittyvät säädökset Tuotteeseen liittyvät standardit

Taulukko 3.2, Kriteerejä tuotekonseptin mittaamiseen ja arviointiin [Takala 2002]

3.2.3 Tuotekonseptoinnin tulokset oikeudellisesta näkökulmasta

Tämän työn näkökulma on tarkastella tuotekonseptointia ja immateriaalioikeuksia osana yrityksen innovaatiotoimintaa ja kokonaisvaltaista liiketoimintaa – eikä niinkään esimerkiksi osana yrityksen viestintää, vaikka erityisesti visioivia tuotekonsepteja yrityksen viestinnässä ja imagon rakentamisessa usein hyödynnetäänkin. Siksi tämän työn oikeudellinen tarkastelu painottuu vahvasti tuotekonseptin tai sen sisältämien uusien ratkaisujen hyödyntämiseen yrityksen tuoteliiketoiminnassa.

Tuotekonseptia ei voi suojata immateriaalioikeuksilla sellaisenaan ”tuotehahmotelmana” eikä myöhemmin valmiina ”tuotteenakaan”. Tuotekonseptin ja sen pohjalta joskus mahdollisesti syntyvän tuotteen suojaaminen on usein mahdollista immateriaalioikeuksien avulla, mutta immateriaalioikeutta ei ole juridisena järjestelmänä rakennettu ”tuotteen” lähtökohdista. Tuotekonsepti täytyy ensin käsitteellisesti jakaa immateriaalioikeudellisen järjestelmän mukaisiin komponentteihin, jotta sen suojaamismahdollisuuksia ja vaihtoehtoja voidaan tarkastella.

Eri immateriaalioikeuksilla, joita käsitellään tarkemmin myöhemmin, on melko vakiintuneet kohdealueensa. Mallioikeus suojaa esineen tai tuotteen ulkomuotoa, patenttioikeus suojaa keksintöjä eli teknisiä ratkaisuja ja hyödyllisyysmallioikeus puolestaan teknisten ideoiden ja ulkomuodon yhdistelmiä. Tavaramerkkioikeus suojaa tuotteelle tai palvelulle annettua tunnusmerkkiä ja tekijänoikeus antaa suojaa yleisesti missä muodossa tahansa ilmeneville riittävän omaperäisille luovan työn tuloksille. [Oesch et al. 2005, 28-29]

Tuotekonseptin keskeisiä asiakaslähtöisiä tuoteideoita, esimerkiksi sen ominaisuuksia, käytettävyyttä tai sen käyttäjilleen tuottamaa hyötyä ei immateriaalioikeuksilla voida suojata. Tosin, jos nämä elementit liittyvät kiinteästi tuotekonseptin muotoiluun tai teknisiin ratkaisuihin, niin ne saattavat kuitenkin tulla välillisesti suojatuiksi.

Tuotekonseptin kohdalla immateriaalioikeuksilla on mahdollisesti suojattavissa sen elementit, jotka liittyvät:

- tuotekonseptin ulkomuotoon ja muotoiluun,
- teknisiin ratkaisuihin ja
- identiteettiin tai brändi-elementteihin eli tuotekonseptille annettuun sen muista tuotteista tai konsepteista erottaviin tunnuksiin tai tunnusmerkkeihin, jotka useimmiten ilmenevät nimenä tai graafisena merkinä tai näiden yhdistelminä mutta voi ilmetä myös muilla tavoin.

Lisäksi tuotekonseptointiprosessin aikana syntynyt työskentelymateriaali eli luonnokset, piirrokset, kaaviot ja kirjallinen dokumentaatio sekä tuotekonseptin esittelymateriaali saavat pääsääntöisesti suojaa tekijänoikeuden nojalla.

4 IMMATERIAALIOIKEUKSISTA

4.1 Johdanto immateriaalioikeuteen

4.1.1 Immateriaalioikeuksista ja niiden merkityksestä

”Immateriaalioikeudet ovat *yksinoikeuksia*, joiden avulla voidaan turvata henkisen työn tulosten taloudellinen hyödyntäminen. Oikeus on tavallaan kielteinen: mikäli työn tulosta saa laillisesti hyödyntää, voi yksinoikeuden haltija kieltää muilta hyödyntämisen. Kielto-oikeus mahdollistaa työn tuloksen taloudellisen kontrolloinnin.” [Haarman & Mansala 2007, 15]

Immateriaalioikeuksilla voidaan siis suojata yrityksen aineetonta pääomaa eli muun muassa sen muotoilullista tai teknologista osaamista ja niiden perusteella syntynyttä kilpailuetua. Yritys voi hyödyntää immateriaalioikeuksiaan itse tai se voi luovuttaa ne osittain tai kokonaan esimerkiksi jollekin toiselle yritykselle. Itse asiassa immateriaalioikeudet eivät pääsääntöisesti edes alunperin synny yritykselle vaan jollekin luonnolliselle henkilölle kuten yrityksen työntekijälle, jolta yritys on sopimuksella tai lain perusteella saanut oikeudet käyttöönsä. Ja, vaikka yritys ei hyödynnä itse mitään immateriaalioikeuksia, tulee sen kuitenkin toiminnassaan huomioida, ettei se loukkaa jonkun toisen oikeuksia. Immateriaalioikeudet muodostavat siis tärkeän kehyksen yrityksen toiminnan, strategian ja kehityksen kannalta. [Haarman & Mansala 2007, 17]

Etenkin pienyrityksissä immateriaalioikeudet voivat palvella yksinoikeuden hankkimisen markkinoilla ja osaamisen suojaamisen lisäksi myös muita päämääriä. Patenteja haetaan myös niin sanotun good-will:in saamiseksi osoittamaan yrityksen innovatiivisuutta ja osaamisen korkeaa tasoa. Usein ne myös toimivat neuvotteluaseman parantajina yrityskaupoissa tai riskirahoitusta etsittäessä. Joissakin yrityksissä patenttiportfolio voi olla ainoa yrityksen omistamana taloudellinen ja kilpailullinen valtti. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 10]

4.1.2 Immateriaalioikeuden ongelmista ja kritiikistä

Immateriaalioikeus on erittäin suuressa määrin hyvin kansainvälinen oikeudenala, jonka yleiset periaatteet ja tavoitteet on määritelty kansainvälisissä sopimuksissa. Kaikki valtiot, jotka ovat liittyneet näihin sopimuksiin, sitoutuvat kansallisissa lainsäädännöissään noudattamaan muun muassa sopimukseen määriteltyä vähimmäissuojaa ja kohtelevaan muiden sopimusvaltioiden kansalaisia ja yrityksiä tasavertaisesti omiensa kanssa. Näistä sopimusmääräyksistä huolimatta

eri valtiot voivat ja tosiasiallisesti myös toteuttavat näitä määräyksiä omissa lainsäädännöissään toisistaan poikkeavasti. Näistä eroista syntyy erilaisia jännitteitä, koska samaa asiaa arvioidaan usein eri tavalla maasta riippuen. Esimerkiksi patentti on aina lopulta kansallinen ja sen loukkaukset käsitellään kansallisissa tuomioistuimissa. Lopputuloksena voi olla varsin epäyhtenäinen tulkintatilanne ja suoja, kun samaa keksintöä ja loukkausta käsitellään monessa eri tuomioistuimessa. [Haarman & Mansala 2007, 34-35]

Maailmankaupan vapautuspyrkimyksissä ja muun muassa EU:n tavoitteissa saada sisämarkkinansa kunnolla toimimaan painotetaan tavaroiden vapaata liikkuvuutta ja kilpailunvapautta. ”Immateriaalioikeudet ja niihin liittyvä mahdollisuus kieltää toiselta yksinoikeuden hyödyntäminen koetaan (kuitenkin) ristiriitaiseksi kaupan tavoitteiden toteutumisen kannalta.” Erityisesti Yhdysvalloissa on järjestelmällisesti selvitetty immateriaalioikeuksien ja kilpailuoikeuksien suhdetta ja toimivuutta. [Haarman & Mansala 2007, 34]

Immateriaalioikeuksista on WTO:n (World Trade Organisation) piirissä solmitun niin sanotun TRIPS-sopimuksen (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) johdosta tullut olennainen osa maailman kauppapolitiikkaa. WTO:n jäsenyys edellyttää nykyisin Pariisin ja Bernin konventioiden vähimmäissuojatason takaamista kaikille sopimusten jäsenmaille mutta muun muassa kehitysmaissa kehittyneisiin maihin verrattuna matala teknologinen kehitystaso vaikuttaa valtioiden halukkuuteen sitoutua sopimuksiin. ”Immateriaalioikeuksien kehittäminen on osoittautunut vaikeaksi, kun kehittyneillä mailla ja kehitysmailla on erilaiset tarpeet ja näkemykset.” [Haarman & Mansala 2007, 34]

Immateriaalioikeuksista käytävään keskusteluun on aina sisältynyt ja nykyisinkin liittyy myös paljon perustavamman luontoista pohdintaa ja kritiikkiä koko järjestelmän mielekkyydestä ja oikeudenmukaisuudesta. Seuraavassa tätä tarkastellaan esimerkinomaisesti patenttijärjestelmän osalta mutta kritiikki ei rajoitu pelkästään patenttioikeuteen.

Patentin ja patenttijärjestelmän olemassaolon oikeutus perustellaan yleisesti sen tuottamalla yhteiskunnallisella hyödyllä. Patenttijärjestelmän katsotaan keksintötoimintaa kiihdyttämällä tuottavan yhteiskunnalle uusia yrityksiä, nopeampaa taloudellista kasvua ja kansalaisille uusia hyödyllisiä tuotteita. Klassisen perustelun mukaan patentin tuottama yksinoikeus hyödyntää keksintöä määrääjän lisää keksijän *ex-ante* (ennen tapahtumaa) kannustimia tuottaa keksintöjä [Gambardella et al. 2006, 28]. *Patenttioikeuden sopimusteoriaksi* nimetyn ajattelumallin mukaan patenttijärjestelmä rakentuu eräänlaiselle *do ut des* (vastavuoroisuuden) periaatteelle yhteiskunnan ja keksijän välillä: keksijä saa ”kansakunnan opettajana” palkkioksi määrääikaisen yksinoikeuden siitä hyvästä, että hän julkaistavassa patenttihakemuksessaan paljastaa

keksintönsä niin yksityiskohtaisesti, että sen pohjalta voidaan suoraan kehittää jotakin uutta ja patentin määräajan kuluttua umpeen myös hyväksikäyttää keksintöä ilman keksijää [Haarman 2006, 121].

Yhteiskunnalle, tai ehkä paremminkin sen kansalaisille, patentit eivät kuitenkaan aina ole pelkästään hyödyllisiä. Patentin keksijälleen tuottama yksinoikeus takaa hänelle määrääjäksi taloudellisen monopolin keksintönsä hyödyntämisessä eli siihen perustuvien tuotteitten myymisessä ja markkinoinnissa. Monopoli taas verrattuna normaaliin kilpailutilanteeseen taloustieteen teorian mukaan tuottaa liian vähän ja ylihinnoittelee tuotteensa siihen nähden, mikä olisi sosiaalisesti optimaalista. Lainsäätäjä joutuu siis patenttijärjestelmää säädellessään tasapainoilemaan kahden vastakkaisen hyvinvointivaikutuksen välillä. Kansalaiset hyötyvät taloudellisesta kasvusta ja uusista tuotteista mutta eivät täysimääräisesti patentin haltijan monopolivoiman takia. [Takalo 1999, 608]

Patentinhaltijan selvästi kilpailua rajoittavasta monopolistisesta yksinoikeudesta huolimatta patenttijärjestelmällä katsotaan varsin yleisesti olevan myös selkeä kilpailua edistävä funktio yhteiskunnassa. Koska kilpailija ei voi hyväksikäyttää patentoitua keksintöä, on hänen joko kehitettävä uusia, patentoitua keksintöä edistyksellisempiä ratkaisuja tai muuten hänen on hyväksyttävä markkinoiden menettäminen ja mahdollinen liiketoiminnan kuihtuminen. [Haarman 2006, 122]

Patenttijärjestelmän perusteista ja oikeutuksesta käydään jatkuvasti monista eri lähtökohdista ja näkökulmista kumpuavaa keskustelua. Patenttijärjestelmää kritisoidaan muun muassa siksi, ettei uskota patentin kannustevaikutuksen nopeuttavan keksintöjen syntymistä, järjestelmän aiheuttamien kustannusten takia tai siksi että uskotaan keksinnön syntymisen olevan osaltaan pelkkää sattumaa, kun tutkimuslaitokset ympäri maailmaa tutkivat lähes samoja asioita [Haarman 2006, 122-123]. Yritysten näkökulmasta patentit taas nähdään paitsi kilpailun instrumentteina niin usein merkityksellisenä osana yritysvarallisuutta ja tärkeinä välineinä turvaamassa usein mittaviakin investointeja tuotantolaitoksiin ja uusien tuotteitten kehittämiseen [Oesch & Pihlajamaa 2008, 24-25]. On jopa esitetty, että patenttijärjestelmää ymmärrettäisiin paremmin katsomalla sitä sopimusteorian sijasta ennemminkin vastauksena yrityssalaisuussuojan ja markkinoiden rakenteisiin sisältyviin taloudellisiin ongelmiin ("—more illuminating way of thinking about the patent system is as a response to economic problems inherent in trade secrecy and market structure") [Landes & Posner 2003, 294].

4.1.3 Immateriaalioikeuksien jaottelu

Perinteisesti immateriaalioikeus on jaettu kahteen pääosioon, tekijänoikeuteen ja teollisoikeuteen. Tekijänoikeuksiksi on alunperin katsottu kirjailijoiden, taiteilijoiden ja säveltäjien oikeudet luomuksiinsa. Teolliseen ja kaupalliseen toimintaan liittyvät oikeudet kuten patentti, mallisuoja ja tavaramerkkioikeus on puolestaan luettu teollisoikeuksiin. Rajanveto on myöhemmin muodostunut lähinnä säädöstekniseksi, kun mm. äänitteitä ja tietokoneohjelmia on alettu suojata tekijänoikeuden perusteella. Kahtiajaon ylläpidon perustelut liittyvät lähinnä immateriaalioikeuden kansainvälisiin yleissopimuksiin. [Haarman 2006, 3]

Haarmanin näkemyksen mukaan immateriaalioikeudet voisi ehkä ennemminkin jakaa sen mukaan, mikä on perusteena suojan antamiseen. Silloin erilaisia ”uutuuksia” eli tekijänoikeudellisia luomuksia, uusia keksintöjä, uusia malleja ja muita vastaavia suojattaisiin luovan henkisen työn tuloksina ja tavaramerkkejä, toiminimiä ja alkuperämerkintöjä suojattaisiin tunnusmerkkeinä. [Haarman 2006, 3]

Haarmanin mukaan immateriaalioikeudet jakaantuvat alajaotteluineen seuraavasti:

- Tekijänoikeus
- Varsinainen tekijänoikeus eli kirjailijan, kuvataiteilijan, säveltäjän, arkkitehdin, tietokoneohjelman luoja ja muiden vastaavien teosten tekijöiden oikeudet luomuksiinsa.
- Lähioikeudet eli esittävän taiteilijan, äänitallenteen tuottajan, kuvatallenteen tuottajan, radio- ja televisioyhtymien, luettelon ja tietokannan valmistajan sekä valokuvaajan ja uutistoimiston oikeudet.

Teollisoikeus

- Patenttioikeus
- Hyödyllisyysmallioikeus
- Mallioikeus
- Integroitujen piirien suoja
- Kasvinjalostajanoikeus
- Tavaramerkkioikeus
- Verkkotunnus [Haarman & Mansala 2007]
- Maantieteellisten merkintöjen suoja
- Toiminimioikeus

- Suoja sopimatonta menettelyä vastaan.

Jaotteluun on otettu mukaan teollisoikeuksina integroitujen piirien suoja ja kasvinjalostajanoikeus. Niiden konventiotausta on toinen kuin muiden tässä teollisoikeuksina lueteltujen oikeuksien. [Haarman 2006, 4]

4.2 Immateriaalioikeuden kehitys

4.2.1 Historiaa

Immateriaalioikeuden edeltäjänä pidetään merkantilismin ajan privilegilaitosta. Kirjojen kopioiminen mullistui 1400-luvun puolivälissä kirjapainotaidon keksimisen myötä ja tämä johti sekä patentti- että tekijänoikeuden syntymiseen. Hallitsijan myöntämällä yleensä määräaikaissilla yksinoikeuksilla eli privilegeilla suojattiin sitä, joka investoi rahojaan kirjan painamiseen tai keksinnön hyväksikäyttöön. Venetsiassa on myönnetty ensimmäinen tunnettu kirjapainoprivilegi ja sieltä on myös vanhin tunnettu patenttilaki vuodelta 1474. [Haarman 2006, 5-6]

Koska privilegien myöntäminen saattoi olla varsin mielivaltaista, johti se menettelyn voimakkaaseen vastustamiseen. Vuonna 1624 Englannissa annettiin *Statute of Monopolies*, jonka mukaan kaikki muut privilegit ja monopolit olivat mitättömiä paitsi ne, jotka oli myönnetty uusille keksinnöille ja niiden tekijöille. Tämä tarkoitti asiallisesti sitä, että nyt alettiin suojata keksijää investoijan asemesta. Englannissa säädettiin myös vanhin tunnettu kirjailijan yksinoikeutta tietyn määräajan suojaava tekijänoikeuslaki *The Statute of Queen Anne* (1710). [Haarman & Mansala 2007, 21]

Seuraavat merkittävät kehitysaskleet immateriaalioikeuksissa otettiin 1700-luvun lopulla, kun Amerikan yhdysvalloissa säädettiin vuonna 1787 perustuslaki ja Ranskassa hieman tämän ja vallankumouksen jälkeen (1791-1793) tekijänoikeus- ja patenttilait. Yhdysvaltojen perustuslakiin otettiin mukaan säännös, jonka mukaan kongressilla oli valtuudet nimenomaan yhteiskunnan edun nimissä suojata tekijöitä ja keksijöitä määräaikaissilla yksinoikeuksilla. Ranskan tekijänoikeus- ja patenttilakien lähtökohtana oli puolestaan valistuksen filosofian hengessä se, että kirjailijoilla, säveltäjillä, taiteilijoilla ja uuden keksinnön tehneillä oli luontainen, omistusoikeuden tapainen oikeus teokseensa ja keksintöönsä. Perusajatuksena oli työn palkitseminen määräaikaissella henkisellä omistusoikeudella työn tuloksiin. Ranskan lait

ovat toimineet lähtökohtina lähes kaikille Manner-Euroopan tekijänoikeussäännöksille. Ranskan ja USA:n immateriaalioikeudet ovat siis lähtökohdiltaan varsin erilaiset. Järjestelmien erot ovat kuitenkin supistuneet viime vuosikymmeninä kansainvälisten yleissopimusten johdosta. [Haarman & Mansala 2007, 22]

4.2.2 Kansainvälistyminen ja immateriaalioikeuden yleissopimukset

1800-luvulla kaikissa teollistuneissa maissa säädettiin immateriaalioikeudellisia yksinoikeuslakeja, jotka luonnollisesti rajoittuvat vain kunkin valtion omalle alueelle. Lisääntyvä kauppa eri valtioiden välillä synnytti ajatuksen ja tarpeen ylikansallisesta immateriaalioikeudellisesta sääntelystä. Nähtiin, että yhteistyöstä kiinnostuneiden valtioiden tulisi tarjota sama suoja kauppakumppaniensa kuin omillekin kansalaisille. [Haarman & Mansala 2007, 22-23]

Vuonna 1873 Wienin maailmannäytelyn yhteydessä pidetyssä patenttikongressissa laitettiin alulle hanke kansainvälisen yhteistyön luomiseksi teollisoikeuksien piirissä.

Tämä johti vuonna 1883 *Pariisin yleissopimuksen* syntyyn. Pariisin teollisoikeudellinen konventio on yhä edelleen oikeusalan tärkein kansainvälinen yleissopimus. [Haarman 2006, 8]

4.2.2.1 Pariisin yleissopimus

Pariisin yleissopimus (Paris Convention), johon kuuluu valtaosa maailman maista, syntyi vuonna 1883 suojaamaan henkisen työn tuloksia ja helpottamaan kansainvälistä yhteistyötä teollisoikeuksien alalla [Oesch & Pihlajamaa 2008, 42]. Pariisin konventio on yleissopimus mutta sillä ei aikaansaada ylikansallista teollisoikeuksien järjestelmää. Joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta konvention jäsenvaltiot tutkivat ja päättävät itsenäisesti, annetaanko jossakin yksittäistapauksessa suojaa vai ei. Suomi on liittynyt Pariisin yleissopimukseen vuonna 1921. [Haarman 2006, 8-9]

Pariisin yleissopimuksen mukaan suojataan:

- keksintöjä
- malleja
- tavaramerkkejä
- kaupallisia nimiä
- alkuperää osoittavia merkintöjä sekä
- ehkäistään vilpillistä kilpailua. [Haarman & Mansala 2007, 23]

Pariisin yleissopimukseen sisältyy kolme tärkeätä teollisoikeuksien peruseriaatetta [Oesch & Pihlajamaa 2008, 42]:

- kansallisen kohtelun periaate
- vähimmäissuojan periaate ja
- konventioprioriteetti.

Kansallisen kohtelun periaatteella tarkoitetaan sitä, että sopimuksen jäsenvaltioiden tulee antaa muiden sopimuksen jäsenvaltioiden kansalaisille samat oikeudet ja saman teollisoikeudellisen suojan kuin oman maansa kansalaisille [Haarman & Mansala 2007, 23].

Vähimmäissuojan periaatteella tarkoitetaan Pariisin konventioon määriteltyä minimisuoja, joka sopimusvaltioiden on vähintään annettava toisen sopimusvaltion kansalaiselle. Koska valtio tuskin antaa toisen valtion kansalaisille parempaa suojaa kuin omille kansalaisille, johtaa vähimmäissuojan periaate siihen, että sopimukseen liittyneiden valtioiden teollisoikeutta sääntelevä normisto täyttää konvention määrittelemät vaatimukset. [Haarman 2006, 8-9]

Konventioprioriteetilla tarkoitetaan sitä, että patentin hakijalla on, jätettyään ensin yhdessä Pariisin sopimuksen jäsenvaltiossa patenttihakemuksensa, oikeus 12 kuukauden aikana jättää samaa keksintöä koskeva patentti- tai hyödyllisyysmallihakemus jossakin toisessa sopimuksen jäsenvaltiossa. Konventioprioriteetti takaa sen, että jälkimmäistä hakemusta käsiteltäessä keksintöä tarkastellaan ensimmäisen hakemuksen tekemispäivänä vallinneen tunnetun tekniikan tason perusteella. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 42-43]

Vaikka Pariisin konventio onkin teollisoikeuden merkittävin yleissopimus ja patenttioikeuden tärkein maailmanlaajuinen konventio, nykyään sen suurin ongelma on suoranainen pysähtyneisyys. Yleissopimuksen uudistaminen edellyttäisi jäsenvaltioiden yksimielisyyttä ja sopimusvaltioiden joukosta on tuntunut aina löytyvän joku ryhmä, joka haluaa estää muutokset. Vaikuttaa siltä, että hyvin toimiakseen konvention keskeinen periaate kansallisesta kohtelusta edellyttäisi kaikilta osapuolilta suurin piirtein samanlaista teknistä ja taloudellista tasoa. Kehitysmaiden näkemyksenä on, että niiden teknologinen ja teollinen jälkeenjääneisyys johtuu suuressa määrin nimenomaan kansainvälisestä patenttijärjestelmästä. [Haarman 2006, 14]

Pariisin konvention minimivaatimusten niukkuus on mahdollistanut sen, että eri jäsenvaltio ovat voineet muotoilla normistonsa keskenään hyvinkin erilaisiksi. Haettaessa samalle keksinnölle patenttia eri maissa lainsäädäntöjen eroavuudet aiheuttavat moninkertaista päällekkäistä tutkimustyötä. Konvention territoriaalisuus mahdollistaa senkin, että sama keksintö voidaan

todeta patentoimiskelpoiseksi yhdessä sopimusvaltiossa mutta ei toisessa. [Haarman & Mansala 2007, 25]

4.2.2.2 Bernin yleissopimus

Bernin tekijänoikeudellinen *yleissopimus* (Bern Convention), jolla suojataan kirjallisia ja taiteellisia teoksia syntyi vuonna 1886. Suomi liittyi konventioon vuonna 1928 ja vuoden 2008 lopussa sopimukseen oli liittynyt 163 valtiota mukaan lukien USA, Venäjä ja Kiina [wipo.int]. Kansallisen kohtelun ja vähimmäissuojan periaatteitten lisäksi sopimukseen sisältyy periaate kaikkien muotovaatimusten kieltämisestä tekijänoikeuden edellytyksenä. Bernin yleissopimusta uudistettiin viimeksi vuonna 1971 [Haarman & Mansala 2007, 24-25]

4.2.2.3 WIPO

Sekä Pariisin että Bernin konventioiden hallinnoimiseksi oli perustettu omat kansainväliset viranomaiset. Vuonna 1893 nämä viranomaiset yhdistyivät Yhdistyneeksi kansainväliseksi toimistoksi henkisen omaisuuden suojaamiseksi, joka tunnetaan parhaiten lyhenteellä BIRBI (johdettu viraston ranskankielisestä nimestä). Vuonna 1970, kun *Maailman henkisen omaisuuden järjestön* perustamissopimus allekirjoitettiin, BIRPI muuttui WIPO:ksi (World Intellectual Property Organisation). [Oesch & Pihlajamaa 2008, 42-43. wipo.int]

WIPO:sta tuli YK:n alainen organisaatio vuonna 1974. Sen tehtävänä on hallinnoida immateriaalioikeuksiin liittyviä asioita YK:n jäsenvaltioissa ja yhteistyössä eri valtioiden ja muiden kansainvälisten järjestöjen kanssa edistää immateriaalioikeuden suojaa ja siten kannustaa luovaa toimintaa. Vuoden 2008 lopussa WIPO:lla oli 184 jäsenvaltiota ja se hallinnoi kaikkiaan 24 kansainvälistä immateriaalioikeuden alaan kuuluvaa sopimusta. [Haarman 2006, 10. wipo.int]

4.2.2.4 TRIPS-sopimus

Vaikka sekä Pariisin että Bernin yleissopimuksia oli tarkoitus uudistaa aika ajoin, ajaututtiin erilaisten sopimusvaltioiden välisten intressiristiriitojen ja uudistamispäätösten yksimielisyysvaatimusten johdosta ennen pitkää tilanteeseen, missä se ei enää käytännössä onnistunut. Tämän johdosta alettiin 1980-luvulla kehittää immateriaalioikeuksien suojaamista kauppapoliittisissa GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) neuvotteluissa. GATT:n Uruguayn kierroksella vuoden 1993 lopulla onnistuttiinkin pääsemään ”Sopimukseen teollis- ja tekijänoikeuksien kauppaan liittyvistä näkökohdista” (niin sanottu *TRIPS-sopimus*, Trade

Related Aspects of Intellectual Property Rights), joka käsittää erilaisia immateriaalioikeutta koskevia määräyksiä. [Haarman & Mansala 2007, 25, 28]

Samalla Uruguayn kierroksella GATT-sopimuksen tilalle perustettiin Maailman kauppajärjestö (World Trade Organization, WTO). Sopimuksella oli 125 allekirjoittajavaltiota huhtikuussa 1994 ja se tuli voimaa vuoden 1995 alusta [Haarman 2006, 18]. Heinäkuussa 2007 WTO:lla oli 151 jäsenvaltiota Suomi mukaan luettuna (tosin mm. Venäjä ei ole vielä keväällä 2008 tullut jäseneksi). WTO:n ja sen hallinnoiman TRIPS-sopimuksen keskeisenä tavoitteena on vapaan maailmankaupan turvaaminen. Muina tavoitteina ja erityisesti immateriaalioikeuksien osalta on maailmanlaajuinen vahvan suojan takaaminen ja toisaalta taas vapaakaupan turvaaminen immateriaalioikeuksien "väärinkäyttöä" vastaan. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 46. wto.org]

TRIPS-sopimuksen suurin merkitys syntyy sen panoksesta ja vaikutuksesta immateriaalioikeuksien kansainvälisen suojan tehostamisessa. Tämä tapahtuu ennen kaikkea täytäntöönpanoa koskevilla määräyksillä ja saattamalla immateriaalioikeuksia koskevat valtioiden väliset kiistat WTO:n riitojenratkaisumenettelyn piiriin. Lisäksi WTO:n jäsenmaiden tekijän- ja teollisoikeudellisen lainsäädännön on TRIPS-sopimuksen määräysten mukaan täytettävä Pariisin ja Bernin yleissopimusten viimeksi tarkistettujen tekstien vaatimukset. [Haarman 2006, 18]

TRIPS-sopimukseen sisältyy kansallisen kohtelun -periaatteen lisäksi myös hyvin tärkeä niin sanottu *suosituimmuuskohtelun periaate*. Tämän periaatteen mukaan WTO-valtion on annettava kolmannen WTO-valtion kansalaisille kaikki ne edut, jotka se myöntää jonkin toisen WTO-valtion kansalaisille. Bilateraaliset sopimukset ovat tämän myötä menettäneet merkityksensä WTO-valtioiden kesken. Immateriaalioikeuksien asemaa onkin vahvistettu TRIPS-sopimuksella juuri niiden kauppapoliittisen ja taloudellisen merkityksen vuoksi. [Haarman & Mansala 2007, 29]

4.2.2.5 Muita teollisoikeuden yleissopimuksia

Pariisin yleissopimusta uudistettiin viimeksi vuonna 1967 ja tämän jälkeen uudistamiryitykset ovat kilpistyneet jäsenvaltioiden eri ryhmittymien intressiristiriitihin. Pariisin konvention territoriaaliperiaatteesta johtuva eri sopimusvaltioissa tapahtuva patenttiviranomaisten moninkertainen päällekkäinen tutkimustyö nähtiin kuitenkin jo 1950-luvulla suureksi epäkohdaksi. Sen korjaamiseksi ja materiaalsen patenttioikeuden yhtenäistämiseksi päätettiin tehdä jotakin. Tämän prosessin seurauksena saatiin lopulta aikaan kaksi tärkeää yleissopimusta:

Patenttiyhteistyösopimus (Patent Cooperation Treaty eli PCT) vuonna 1970 ja *Euroopan patenttisopimus* (European Patent Convention eli EPC) vuonna 1973. PCT:ssä oli 138 jäsenvaltiota helmikuun alussa 2008 [wipo.int/pct] ja EPC:ssä 34 varsinaista ja 4 liittännäistä jäsenvaltiota vuoden 2008 alussa [epo.org]. Suomi on liittynyt kumpaankin sopimukseen, PCT:hen vuonna 1980 ja EPC:hen vuonna 1996. Nämä molemmat yleissopimukset ovat vaikuttaneet merkittävästi Suomen patenttilainsäädäntöön. [Haarman 2006, 14-15]

WIPO:n alaisen kansainvälisen toimiston (International Bureau, IB) hallinnoimalla *patenttiyhteistyösopimuksella* (PCT) keskitetään patentoinnin edellytysten tutkiminen. Patenttihakemusten muodolle sekä osin myös sisällölle on sopimuksessa asetettu yhtenäiset vaatimukset. Patenttia voidaan hakea yhdellä niin sanotulla kansainvälisellä hakemuksella samanaikaisesti useampaa sopimukseen liittynyttä valtiota varten. Kansalliset virastot voivat kuitenkin evätä patenttihakemuksen, jonka kansainvälinen viranomais on tiettyssä laajuudessa tutkinut ja todennut patentointikelpoiseksi.

Kansalliset virastot eivät siis ole täysin sidottuja patentoimisedellytysten alustavan tutkimuksen ratkaisuun. [Haarman & Mansala 2007, 26]

WIPO:n aloitteesta vuonna 2000 solmittiin patentinhaun muodollisuuksia yksinkertaistava yleissopimus *Patent Law Treaty* (PLT). Huhtikuussa 2008 sopimuksen on allekirjoittanut 60 valtiota, joista 18:ssa sopimus on voimassa [wipo.int/plt], mukaan luettuna Suomi, Ruotsi, Tanska ja Iso-Britannia. Tällä hetkellä WIPO:n alaisuudessa on käynnissä neuvotteluprosessi *Substantive Patent Law Treaty*:stä (SPLT). Tämän yleissopimuksen tavoitteena on edelleen harmonisoida kansainvälistä materiaalista patenttioikeutta ja patentoinnin edellytyksiä. Hanke ei ole kuitenkaan viime aikoina juuri edennyt johtuen teollisuusmaiden ja kehitysmaiden hyvin erilaisista näkemyksistä [Haarman & Mansala 2007, 27]. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 52]

Tavaramerkkien kansainvälistä rekisteröintiä yritettiin aikaansaada ensimmäisen kerran jo vuonna 1891 *Madridin sopimuksella*. Sopimuksen heikon suosion johdosta valmisteltiin uusi yleissopimus (*Trademark Registration Treaty*, TRT) vuonna 1973. Tämäkään sopimus ei saavuttanut menestystä, mutta vuonna 1989 saatiin aikaan *erillinen Madridin sopimuksen pöytäkirja* juuri alkuperäisen lähestyessä 100 vuoden ikää. Pöytäkirjan mukainen kansainvälinen rekisteröinti vastaa vaikutuksiltaan sitä, että rekisteröinnin olisi vahvistanut sopimukseen liittyneen valtion kansallinen rekisteriviranomainen. Suomi ei ole liittynyt alkuperäiseen Madridin sopimukseen mutta lisäpöytäkirjan teksti sitoo Suomea vuoden 1996 huhtikuusta [Haarman 2006, 17]. WIPO:n puitteissa aikaansaatiin vuonna 1994 *tavaramerkkilakisopimus* (Trademark Law Treaty, TLT), jonka tarkoituksena on rekisteröinnin muodollisuuksien vähentäminen. Suomi on allekirjoittanut sopimuksen, muttei ole ratifioinut

sitä. [Haarman & Mansala 2007, 27]

WIPO:n ansiosta saatiin aikaan *Haagin mallioikeussopimus* vuonna 1925. Sopimuksen mukaan voidaan yhdellä hakemuksella saada suoja kaikissa sopimukseen liittyneissä valtioissa. Suomen lisäksi muun muassa USA, Japani ja muut Pohjoismaat ovat jättäytyneet sen ulkopuolelle. Sopimusta on uudistettu vuonna 1999 ja mallioikeustyöryhmä on vuonna 2001 ehdottanut, että Suomi liittyisi sopimukseen. [Haarman 2006, 16]

Vuonna 1989 solmittiin *Washingtonin yleissopimus*, jolla suojataan integroituja piirejä. USA:n ja Japanin jättäytyttyä sopimuksen ulkopuolelle sitä ei kuitenkaan ole saatu voimaan. Niin sanottuna UPOV-sopimuksena (Convention pour la protection des obtentions végétales) tunnetulla vuonna 1961 solmitulla yleissopimuksella suojataan kasvinjalostajia. [Haarman & Mansala 2007, 27]

4.2.2.6 Muita tekijänoikeuden alaan kuuluvia yleissopimuksia

Vuonna 1952 saatiin aikaan *yleismaailmallinen tekijänoikeussopimus*, niin sanottu *maailmankonventio*. Sopimus sisältää kansallisen kohtelun ja vähimmäissuojan periaatteet. Sen vähimmäissuojavaatimukset ovat kuitenkin vaatimattomammat kuin Bernin yleissopimuksessa ja se sallii tiettyjen muutovaatimusten käyttämisen suojan edellytyksenä. Kaikki muutovaatimukset on kuitenkin täytetty, kun teoksen julkaistuissa kappaleissa on tekijänoikeussymboli (eli kirjain C ympyrän sisällä ©), oikeudenhaltijan nimi ja ensimmäinen julkaisuvuosi. Maailmankonvention merkitys on huomattavasti vähentynyt TRIPS-sopimuksen myötä ja sen jälkeen, kun USA, Kiina ja Venäjä liittyivät Bernin yleissopimukseen. Yleismaailmallista tekijänoikeussopimusta hallinnoi Pariisissa toimiva YK:n kasvat-, tiede- ja kulttuurijärjestö UNESCO. Suomi liittyi konventioon vuonna 1963. [Haarman 2006, 11]

Tekijänoikeuden alueen muista yleissopimuksista mainittakoon myös seuraavat, vaikka ne eivät tämän työn sisällön kannalta olekaan juuri merkityksellisiä:

- Esittävien taiteilijoiden, äänitteiden valmistajien sekä radio- ja televisioyritysten suojaamista koskeva *Rooman yleissopimus* vuodelta 1961.
- Äänitallenteiden valmistajia tallenteiden luvattomalta kopioimiselta suojaava *Geneven yleissopimus* vuodelta 1971.
- Satelliittilähetyksen suojaa koskeva *Brysselin yleissopimus* vuodelta 1974.

- *WIPO:n esitys- ja äänitesopimus* (WIPO Performances and Phonograms Treaty, WPPT). [Haarman & Mansala 2007, 28]

Nopea tekninen kehitys etenkin tietoliikenteen ja informaatiotekniikan aloilla on laajentanut tekijänoikeudella suojattujen teosten hyväksikäyttömahdollisuuksia. Bernin ja Rooman yleissopimuksia ei ole pystytty uudistamaan vastaamaan näitä teosten uusia hyväksikäyttötapoja. Vuonna 1996 allekirjoitettiin kuitenkin vuosien valmistelujen jälkeen *WIPO:n tekijänoikeussopimus* (WIPO Copyright Treaty, WCT). Tällä ja edellä mainitulla WPPT-sopimuksella täydennettiin ja selvennettiin tietoverkkojen avulla välitettäviin teoksiin liittyviä oikeuksia. Näissä sopimuksissa on myös määräyksiä teknisistä suojakeinoista ja oikeuksien hallinnoinnista. Suomen lainsäädäntöön näiden sopimusten alaan kuuluvat määräykset on hyväksytty tietoyhteiskuntadirektiivin implementoinnin yhteydessä vuonna 2005. [Haarman & Mansala 2007, 28]

4.2.2.7 Eurooppalainen patenttiyhteistyö

Euroopan patenttisopimus (European Patent Convention, EPC) tuli voimaan 1977. Toisin kuin usein ajatellaan, sopimus on Euroopan unionista ja yhteisöstä riippumaton kansainvälinen sopimus, jota voi hyödyntää myös sopimuksen ulkopuolisessa maassa oleva hakija [Haarman & Mansala 2007, 26]. Sopimuksella mahdollistettiin patentin hakeminen tiettyihin tai kaikkiin sopimuksen jäsenvaltioihin yhdellä hakemuksella. Sillä myös yhtenäistettiin sopimusvaltioiden materiaalista patenttioikeutta ja siten harmonisoitiin Eurooppalaista patenttilainsäädäntöä. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 42-43]

Vuonna 1978 puolestaan aloitti toimintansa *Euroopan patenttivirus* eli EPO. Se käsittelee ja tutkii EPC-patenttihakemukset sekä myöntää eurooppapatentit niihin sopimusvaltioihin, mihin patenttia kulloinkin on haettu. EPC-patentin oikeusvaikutukset määräytyvät kunkin valtion oman patenttilain mukaan. Hakija saa siis prosessin tuloksena joukon kansallisia patenteja. [Haarman & Mansala 2007, 26]

EPC:n yhtenä vakavana ongelmana on katsottu olevan oman tuomioistuinjärjestelmän puuttuminen. eurooppapatenttia koskevat kanteet on nostettava jokaisessa valtiossa erikseen. *Patenttioikeudenkäyntisopimus* (European Patent Litigation Agreement, EPLA) on valmisteilla oleva hanke erityisestä EPO:n myöntämiä patenteja käsittelevästä tuomioistuimesta muutoksenhakuinstansseineen. [Haarman & Mansala 2007, 26]

Kuten jo todettiin, ei EPC merkinnyt Euroopan yhteisön omaa patenttisuojaa vaan sopimukseen liittyneitten valtioiden yhteistyötä ja yhtenäisyyttä hakuvaiheessa. EY:ssä on kuitenkin elänyt jo varsin kauan ajatus ja tavoite saada aikaan asetus yhteisöpatentista. Tämä olisi koko yhteisön kattava patenttijärjestelmä, minkä puitteissa yhdellä hakemuksella ja tutkintamenettelyllä saataisiin aikaan yksi yhteisöpatentti, joka olisi lainvoimainen koko Euroopan yhteisön alueella. *Yhteisöpatenttia koskeva sopimus* (Community Patent Convention, CPC) valmisteltiin itse asiassa jo samaan aikaan Euroopan patenttisopimuksen (EPC) kanssa vuonna 1975. Vaikka alkuperäistä sopimustekstiä uudistettiin *Luxemburgin sopimuksella* vuonna 1989, ei sopimusta onnistuttu saattamaan voimaan. Vaikeimpina erimielisyyksien aiheina ovat olleet kysymys tuomioistuinjärjestelmästä sekä kieli- ja käännösasiat [Haarman 2006, 29]. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 45-46]

Vuonna 2000 EY-komissio antoi asetusehdotuksen *yhteisöpatentin* aikaansaamiseksi (KOM (2000) 412 lopullinen). Ehdotuksen mukaan yhteisöpatenttijärjestelmä olisi voimassa rinnakkain kansallisten patenttijärjestelmien ja eurooppapatenttijärjestelmän kanssa, eli patentin hakijat voisivat vapaasti valita näistä itselleen parhaiten soveltuvan patenttisuojan [KOM 2002/412, 6]. EPO käsittelisi myös yhteisöpatenttihakemuksen ja patentoitavuuden edellytykset määräytyisivät EPC:n säännösten perusteella. Samaan aloitekokonaisuuteen kuului EY-komission antama ehdotus EY-neuvoston päätökseksi *yhteisöpatenttituomioistuimen perustamisesta ja muutoksenhausta yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimessa* (KOM(2003) 828 lopullinen) sekä ehdotus EY-neuvoston päätökseksi *yhteisöpatenttiriitoja koskevan toimivallan antamisesta yhteisöjen tuomioistuimelle* (KOM(2003) 827 lopullinen). Tarkoituksena on siis luoda myös keskitetty tuomioistuinjärjestelmä eli yhteisöpatenttituomioistuin (Community Patent Court) valitusinstanssinaan EY:n ensimmäisen asteen tuomioistuin. Yhteisöpatenttituomioistuin ratkaisisi yhteisöpatenttia koskevat mitättömyysasiat ja loukkauskanteet vahingonkorvausvaatimuksineen. [Haarman 2006, 29]

4.3 Immateriaalioikeuden oikeuslähteet

4.3.1 Kansalliset oikeuslähteet

Koska koko immateriaalioikeuteen liittyvät oikeuslähteet ovat varsin laaja kokonaisuus, keskitytään seuraavassa vain tuotekonseptoinnin kannalta oleellisimpien yksinoikeuksien eli patenttioikeuden, mallioikeuden ja tavaramerkkioikeuden oikeuslähteisiin.

4.3.1.1 Patenttioikeus

Suomen nykyinen patenttilaki syntyi 1950- ja 60-luvuilla tehdyn yhteispohjoismaisen valmistelutyön tuloksena. Tekninen kehitys ja muun muassa kansainväliset muutospaineet ovat johtaneet useisiin muutoksiin lain säätämisen jälkeen. Esimerkiksi Euroopan patenttisopimuksen johdosta lakia on muutettu vuosina 1980, 1996 ja 2005.

Suomen kansallinen voimassa oleva patenttilainsäädäntö koostuu seuraavista säädöksistä [Oesch & Pihlajamaa 2008, 54-55]:

- Patenttilaki (550/1967) muutoksineen (noin 20 lakiuudistusta vuoden 2007 syksyyn mennessä)
- Patenttiasetus (669/1980)
- Laki maanpuolustukselle merkityksellisistä keksinnöistä (551/1967)
- Laki oikeudesta työntekijän tekemiin keksintöihin (656/1967)
- Asetus työntekijän tekemiin keksintöihin (527/1988)
- Laki oikeudesta korkeakouluissa tehtäviin keksintöihin (369/2006),
- Laki patenttilain 6 §:n mukaisesta etuoikeudesta eräissä tapauksissa (532/1986)
- Asetus ravinto- tai lääkeaineisiin myönnettävästä patentista (932/1987)
- Asetus eurooppapatenttien myöntämisestä tehdyn yleissopimuksen (Euroopan patenttisopimus) voimaansaattamisesta (117/ 1996) SopS:8/1996
- Laki patenttiasiamiehistä (552/1967) ja
- Asetus patenttiasiamiehistä (636/1969).

Täydentäviä määräyksiä on annettu seuraavissa normistoissa [Oesch & Pihlajamaa 2008, 55]:

- Patenttimääräykset 30.9.1980 muutoksineen (PRH:n antamat)
- Asiantuntijoille patenttiasioissa maksettavasta korvauksesta (615/1969)
- Valtioneuvoston päätös työsuhdekeksintölautakunnasta (830/1988).

Kansallisessa lainvalmisteluaineistossa ovat merkityksellisiä sekä hallituksen esitykset että erityisesti seuraavat komiteanmietinnöt [Oesch & Pihlajamaa 2008, 56]:

- Pohjoismaista patentti-lainsäädäntöä suunnitelleen komitean mietintö (NU 1963:6)
- Pohjoismaista patenttia suunnittelevan Suomen komitean mietintö (KM 1964: B 27)
- Mietinnöt kansainvälisestä patenttiyhteistyöstä I ja II (KM 1976:9 ja KM 1977:38)
- Patenttilakitoimikunnan välimietintö (KM 1993:30, liittyminen EPO-järjestelmään ym.)
- Patenttilakityöryhmän muistio (KTM 2/1995)

Lisäksi työsuhdekeksinnöistä on julkaistu muun muassa seuraavaa valmisteluaineistoa [Oesch & Pihlajamaa 2008, 56]:

- Työsuhdekeksintökomitean mietintö (KIVI 1965: B 16)
- Työsuhdekeksintötoimikunta 1984:n mietintö (KM 1985:45)
- Työsuhdekeksintölain uudistus -työryhmä (KTM 1999:10)
- Korkeakoulukeksinnöistä on mietintö (KTM 6/2002)

Suomessa ei ole kovin paljon korkeimman oikeuden patenttioikeudellista oikeuskäytäntöä lukuun ottamatta joitakin tapauksia koskien loukkaus- ja mitättömyysasioita sekä työsuhdekeksintöä ja patentin panttausta. Patentoitavuuskriteereistä, patentin siirrosta, vuosimaksun suorittamisesta ja määräajasta, patenttihakemuksen muuttamisesta hyödyllisyysmallihakemukseksi, lääkeainepatenteista ja menettelytapakysymyksistä on olemassa korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisuja. Patenttioikeudellista tulkintaa sen sijaan löytyy enemmän EPO:n tekemistä päätöksistä sekä sen ja PRH:n valituslautakuntien ratkaisuksista. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 56-57]

4.3.1.2 Mallioikeus

Suomen kansallinen mallioikeuslainsäädäntö rakentuu mallioikeuslain (12.3.1971/221) ja mallioikeusasetuksen (252/1971) varaan. Tuomioistuinten ratkaisuja on olemassa niin korkeimmassa oikeudessa kuin korkeimmassa hallinto-oikeudessakin. PRH:n tavaramerkki- ja mallilinjan ja valituslautakunnan ratkaisuksista löytyy mallioikeutta käsitteleviä käytännön linjauksia. Koska mallioikeus on viime aikoina erityisesti EY:n johdosta ollut erilaisten muutosten kohteena, ovat vanhemmat oikeustapaukset muun muassa muuttuneitten käsitteiden johdosta menettäneet arvoaan mallioikeuden tulkinnan perusteina. Malliin liittyvän yksinoikeuden perusrakenne ja sisältö ovat muutoksista huolimatta säilyneet samoina. [Oesch et al. 2005, 14]

”Uuden yhteisömallin käyttöönottoaminen on merkinnyt myös kansallisen lain ja yhteisötason säännösten rinnakkaistoimintaa niin, että kansallisilla tulkinnoilla on kehityksestä huolimatta edelleen tärkeä sija. Tosin EY:n tuomioistuimen kannanotoilla, jotka voivat koskea harmonisoinnin toteuttamista ja myös yksinoikeusjärjestelmiä tasapainottavia kilpailusääntöjä asianomaisen tuomioistuinta koskevan toimivallan rajoissa, on myös tärkeä tulkinnallinen merkitys.” [Oesch et al. 2005, 15]

4.3.1.3 Tavaramerkkioikeus

Tavaramerkkilaki (7/1964) on valmisteltu pohjoismaisena yhteistyönä. Tavaramerkkilakiin liittyy tavaramerkkiasetus (296/1964). Kuten mallioikeuslaki on tavaramerkkilakikin kokenut useita muutoksia ennen kaikkea EY:n direktiivien ja asetusten johdosta. Tuoreimmat muutokset ovat vuodelta 2004. Kun Suomen tavaramerkkilain säännöksiä, jotka pohjautuvat EY:n tavaramerkkidirektiiviin, tulkitaan, tulee ottaa huomioon EY:n tuomioistuimen antamat ratkaisut direktiivin oikeasta ymmärtämisestä. Koska ”yhteisön tavaramerkkiasetus on materiaalisilta osiltaan varsin yhdenmukainen direktiivin ja siis myös meidän tavaramerkkilakimme kanssa, voidaan yhteisön rekisteröintiviraston, OHIM:in ja sen muutoksenhakuinstanssien ratkaisukäytäntöä hyödyntää ohjetta antavana.” Tosin näillä ei ole kansallista lakia sovellettaessa mitään sitovaa vaikutusta – kuten ei ole kansallisilla rekisteröinneillä OHIM:inkaan suhteen. [Haarman 2006, 244-245]

4.3.2 Euroopan yhteisön immateriaalioikeudelliset oikeuslähteet ja kansainväliset sopimukset

4.3.2.1 EY:n immateriaalioikeuden perusta

Rooman sopimuksessa eli Euroopan yhteisön perustamissopimuksessa vuodelta 1957 on vain yksi artikla (30, entinen 36) jonka määräykset koskevat immateriaalioikeuksia. Sen mukaan perustamissopimuksen määräykset tuonnin määrällisistä rajoituksista ynnä muista vastaavista eivät ole esteenä teollisen ja kaupallisen omaisuuden suojelemiseen perustuville kielloille ja rajoituksille. Ilmaisun ”teollinen ja kaupallinen omaisuus” voidaan katsoa kattavan kaikki Pariisin yleissopimuksessa ja Euroopan patenttisopimuksessa mainitut oikeudet [Mathijsen 2004, 384]. Kiellot ja rajoitukset eivät kuitenkaan saman artiklan perusteella saa johtaa ”mielivaltaiseen syrjintään tai jäsenvaltioiden kaupan peiteltyyn rajoittamiseen”. [Haarman & Mansala 2007, 30]

Euroopan yhteisön komissio julkaisee aika ajoin tiettyä politiikan alaa koskevia keskusteluasiakirjoja eli niin sanottuja vihreitä kirjoja. Näitä on julkaistu muun muassa tekijänoikeuksista ja lähioikeuksista sekä patentista, malleista ja hyödyllisyysmalleista. Näissä vihreissä kirjoissa on ilmaistu EU:n ”eräänlainen ohjelma” immateriaalioikeuksien osalta, jonka mukaan tavoitteena tämän oikeudenalan kehittämisessä ei ole pelkästään tavaroiden ja palvelujen vapaan liikkuvuuden takaaminen yhteisössä vaan myös parantaa EU-maiden kilpailukykyä ennen kaikkea suhteessa Japaniin ja USA:han. Kaikki EU:n jäsenvaltiot kattavat,

keskitetyksi myönnettävät immateriaalioikeudet palvelisivat tämän tavoitteen toteutumista äärimmäisen hyvin [Haarman & Mansala 2007, 30]. [Haarman 2006, 21]

Euroopan yhteisön oikeudellinen normisto – niin sanottu *l'acquis communautaire* – muodostuu EY:n tuomioistuimen tulkinnoista sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston tai komission antamista asetuksista ja komission antamista direktiiveistä [Haarman 2006, 21]. Asetukset ovat suoraan jäsenvaltioissa sovellettavaa EY-oikeutta. Niillä saadaan aikaan yhtenäinen oikeustila Euroopan yhteisön kaikissa jäsenvaltioissa. Direktiivit taas velvoittavat jäsenvaltiot sopeuttamaan määräajassa kansallisen lainsäädäntönsä direktiivien esittämiin vaatimuksiin mutta jäsenvaltiot saavat itse valita toteuttamistavan. Niiden tavoitteena on siis jäsenvaltioiden lainsäädäntöjen lähentäminen. [Haarman & Mansala 2007, 33]

Soveltaessaan direktiivin perusteella uudistettua oikeuttaan kansallisen tuomioistuimen tulee huomioida kyseisen direktiivin sanamuoto ja etenkin sen tarkoitus. Se voi halutessaan pyytää ennakkoratkaisua direktiivin tulkinnasta EY-tuomioistuimelta. Jäsenvaltioiden korkeimmat oikeusasteet ja muut tuomioistuimet, joiden ratkaisuihin ei saa hakea muutosta ovat pääsääntöisesti velvollisia pyytämään ennakkoratkaisua. EY-tuomioistuimen ennakkoratkaisu sitoo kansallista tuomioistuinta kyseisen asian osalta. [Haarman & Mansala 2007, 33]

4.3.2.2 EY:n tuomioistuimen ratkaisut

EU:n jäsenmaiden erisältöiset kansalliset immateriaalioikeuslait eivät ole olleet sopusoinnussa yhteismarkkinoiden perusajatuksen kanssa vaan ne ovat jakaneet markkinoita Rooman sopimuksessa kielletyllä tavalla ja ovat siis olleet esteenä tavaroiden vapaalle liikkuvuudelle. EY:n tuomioistuin onkin immateriaalioikeutta koskevissa ratkaisuissaan ottanut asioihin kantaa ennen kaikkea tavaroiden ja palvelujen vapaan liikkuvuuden ja kilpailunrajoitusten näkökulmista [Haarman 2006, 22]. [Haarman & Mansala 2007, 30]

Huolimatta edellä mainitusta 30 artiklan poikkeussäännöstä EY-tuomioistuin rinnasti Rooman sopimuksessa kiellettyihin määrällisiin rajoituksiin (artikla 28) haltijan oikeuden estää patentillaan, tavaramerkillään ja muilla vastaavilla oikeuksillaan suojatun tuotteen levittämisen toiseen jäsenvaltioon sen jälkeen, kun se hänen suostumuksellaan oli laskettu liikkeelle yhdessä jäsenvaltiossa. EY-tuomioistuin siis sovelsi pääsääntöä poikkeussäännöstä huolimatta, koska muutoin voisi muodostua esteitä tavaroiden vapaalle liikkumiselle. EY-tuomioistuin perusteli kantaansa sillä, ettei immateriaalioikeuksia saanut käyttää hyväksi sellaisella tavalla, joka oli selvästi ristiriidassa yhteisön perustamiskirjan tavoitteiden kanssa. Tämä puolestaan johti poikkeamiseen aiemmin hyvin yleisesti omaksutuista immateriaalisen yksinoikeuden

kansallisen ja globaalin raukeamisen periaatteista. [Haarman & Mansala 2007, 30]

Yksinoikeuden raukeaminen

Kysymys yksinoikeuden raukeamisesta, eli konsumoitumisesta, on immateriaalioikeudessa oikeuksien antaman suojan ja laajuuden osalta erittäin merkityksellinen asia. Yksinoikeus raukeaa eli tulee käytetyksi loppuun, kun esimerkiksi patentilla suojattu tuote lasketaan oikeudenhaltijan suostumuksella liikkeelle. Tämän jälkeen kuka tahansa voi myydä tai muuten levittää tuotetta edelleen. Kun puhutaan kansallisesta raukeamisesta, koskee raukeaminen vain sen valtion aluetta, missä oikeudenhaltija on saattanut tuotteen vaihdantaan. Vastaavasti, jos puhutaan globaalista raukeamisesta, sammuu yksinoikeus kaikkialla maailmassa heti, kun oikeudenhaltija on laskenut tuotteen liikkeelle. [Haarman & Mansala 2007, 31]

EY-tuomioistuin linjasi immateriaalioikeudellisten ratkaisujensa kautta kantansa yksinoikeuksien raukeamiseen teollisoikeuksien osalta. Se katsoi, ettei kansallisen raukeamisen periaate ole sopusoinnussa perustamissopimuksen tavaroiden vapaan liikkuvuuden periaatteen kanssa, koska se antaa mahdollisuuden markkinoiden jakamiseen. Toisaalta globaalia raukeamista tuomioistuin ei pitänyt Euroopan talousaluetta suosivana. EY-tuomioistuin omaksui kannakseen yksinoikeuksien alueellisen, eli yhteisöraukeamisen, periaatteen. Kun yksinoikeuden haltija on saattanut tuotteensa vaihdantaan jossakin EU-valtiossa, ei hänellä enää ole oikeutta kieltää näiden tuotteitten maahantuontia missään unionin maassa. Tietoyhteiskuntadirektiivi laajensi alueellisen raukeamisen periaatteen koskemaan myös tekijänoikeuksia.[Haarman 2006, 23-24]

Kilpailunrajoitukset

Rooman perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklat (entiset 85 ja 86), jotka koskevat kilpailunrajoituksia yhteisön alueella, ovat yhteismarkkinoiden toimivuuden kannalta hyvin merkityksellisiä [Haarman & Mansala 2007, 32]. Artikloissa kielletään muun muassa kilpailua rajoittavat sopimukset (81 artikla) ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttö (82 artikla). Artikloiden vaikutus ulottuu myös puhtaasti kansalliseen ristiriitatilanteeseen vapaan kilpailun periaatteen ja esimerkiksi patentin tuoman melko vahvan oikeuden välillä. Patenttijärjestelmää voidaan nimittäin pitää valtion sisäisessäkin kilpailutilanteessa hintakilpailua kaventavana. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 59-60]

EY-tuomioistuimen ratkaisukäytännöstä on ilmennyt, ettei kansallisiin immateriaalioikeudellisiin lakeihin sisältyvien suojakeinojen käyttö sellaisenaan ole kyseisten

artiklojen vastaista. Tämä ilmenee muun muassa tapauksesta *Parke, Davis er Co v. Probel* (24/67 E.C.R. 55), missä hollantilaisen patentinhaltijan loukkauskannetta ei pidetty Rooman sopimuksen vastaisena, kun kilpaileva yritys alkoi tuomaan samaa lääkeainetta Italiasta, missä ei tuolloin vielä myönnetty lääkeaineille tuotepatentteja. [Haarman 2006, 25]

Tekijänoikeutta koskevassa niin sanotussa *Magill*-ratkaisussa (*Radio Telefis Eireann ja Independent Television Publication Ltd v. komissio* (C-241 ja 242/91), tuomio 6.4.1995 (1995) E.C.R. I-074) EY-tuomioistuin puolestaan piti lisenssien antamisesta kieltäytymistä määräävän markkina-aseman väärinkäyttönä. Ratkaisun tosin nähtiin kaventavan tekijänoikeuden sisältöä, koska lisensointia kuten siitä kieltäytymistäkin oli pidetty tekijänoikeuden tavanomaisina hyödyntämiskeinoina. EY-tuomioistuin kuitenkin katsoi tärkeämmäksi sen, että immateriaalisten yksinoikeuksienkin hyväksikäytössä tulee noudattaa Rooman sopimuksen kilpailuoikeuden pelisääntöjä. [Haarman 2006, 25-26]

Periaatteellisesti hyvin tärkeä EY-tuomioistuimen immateriaalioikeudellisista ratkaisuista on niin sanottu *Phil Collins* -tapaus (C-92/92 E.C.R. I-5145), missä EY-tuomioistuin katsoi, ettei Saksassa voitu evätä Ison-Britannian kansalaiselta oikeutta, joka hänellä Saksan kansalaisena olisi ollut. Ratkaisun perusteella kansalaisuuteen perustuva diskriminointi on EU-jäsenmaissa kielletty. [Haarman & Mansala 2007, 32-33]

Mallioikeuden alueella EY-tuomioistuin on tehnyt kantaa ottavia ratkaisuja liittyen varaosien rekisteröinteihin. Näiden mukaan mallioikeuslissenssien antamisesta kieltäytyminen tai niiden tarjoaminen kohtuuttomalla hinnalla voidaan katsoa varaosamarkkinoiden puuttuessa määräävän markkina-aseman väärinkäytöksi. [Haarman 2006, 27]

4.3.2.3 Asetukset

Ryhmäpoikkeusasetukset

EY-komissio antoi jo 80-luvulla patentti- ja know-how-lisenssisopimuksien ehtoja koskevat ryhmäpoikkeusasetukset (EEC No 2349/84 ja EEC No 556/89). Vuonna annettiin tekniikansiirtosopimuksia koskeva ryhmäpoikkeusasetus (komission asetus EY N:o 240/96), joka koski patentti- ja know-how-lisenssisopimusten lisäksi erilaisia sekamuotoisia sopimuksia. Ja vuonna 2004 annettiin nykyään voimassa oleva teknologiansiirtosopimuksia koskeva ryhmäpoikkeusasetus (komission asetus (EY) N:o 772/2004), joka sisällytti tekijänoikeuksien lisensoinnin poikkeusasetuksen soveltamisalaan. Sopimus, jonka varsinainen tarkoitus on lisensoida tavaramerkki, ei kuitenkaan kuulu asetuksen piiriin. Ryhmäpoikkeusasetuksen määräysten mukaan lisensointisopimusta ei katsota EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan

vastaiseksi, eli kilpailua rajoittavaksi, jos asetuksessa ilmaistut edellytykset täyttyvät. [Haarman 2006, 27]

Patenttioikeutta koskevat asetukset

Euroopan yhteisön tasolta on annettu seuraavat patenttioikeuden sisältöön ja käyttöön liittyvät lainsäädäntöasiakirjat [Oesch & Pihlajamaa 2008, 55-56]:

- Neuvoston asetus 1768/92/ETY lääkkeiden lisäsuojatodistuksen aikaansaamisesta
- Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus 1610/96/EY kasvinsuojeluaineiden lisäsuojatodistuksen käyttöön ottamisesta
- Komission asetus 240/96/EY perustamissopimuksen 85 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tekniikansiirtosopimusten ryhmiin A:31.1.1996
- Komission asetus N:o 772/2004/EY perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta teknologiansiirtosopimusten ryhmiin

EY:ssä on yritetty jo 1970-luvulta lähtien erityisesti komission toimesta saada aikaan asetusta yhteisöpatentista, joka loisi yhden koko Euroopan yhteisön kattavan patenttijärjestelmän. Vuonna 1975 valmisteltiin yhteisöpatenttia koskeva sopimus Community Patent Convention (CPC), jota uudistettiin 1989 niin sanotulla Luxemburgin sopimuksella. CPC:tä ei kuitenkaan onnistuttu saattamaan voimaan. [Haarman 2006, 29]

Uutena yrityksenä vuonna 2000 tehtiin ehdotus yhteisöpatenttiasetukseksi, joka ei myöskään mennyt läpi. Euroopan ministerineuvosto onnistui vuonna 2003 pääsemään yksimielisyyteen yhteisöpatenttisopimuksen sisällön pääosista, jonka perusteella annettiin uusi asetusehdotus. Sitäkään ei ole vielä tätä kirjoitettaessa onnistuttu saattamaan voimaan vaan keskustelu jatkuu edelleen. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 45-46]

Suurimpina ongelmina ja kiistanaiheina ovat olleet yhteisöpatenttiin liittyvän tuomioistuinjärjestelmän luominen sekä eri vaiheissa käytettävät kielet ja vaadittavat käännökset. Nykyisen EU:n kilpailukykyneuvostossa saavutetun kompromissin mukaan tietyn siirtymäajan aikana jäsenvaltiot voisivat nimetä rajallisen määrän kansallisia tuomioistuimia käsittelemään yhteisöpatenttiin liittyviä riitoja. Siirtymäajan jälkeen yhteisön patenttituomioistuimella olisi yksinomainen tuomiovalta loukkauks- ja mitätöintijutuissa. [Haarman 2006, 29]

Yhteisön tavaramerkki

Tavaramerkin osalta on onnistuttu jo toteuttamaan koko Euroopan yhteisön kattava yksinoikeussuoja ja järjestelmä eli yhteisötavaramerkki. Pitkän valmistelun jälkeen vuonna 1993 annettiin EY:n tavaramerkistä EY-neuvoston asetus (N:o 40/94/EY), jota on alettu soveltaa 1.1.1996 alkaen. Järjestelmää hallinnoi ja yhteisötavaramerkit myöntää Espanjassa, Alicantessa sijaitseva Euroopan tavaramerkkivirasto (OHIM, the Office for Harmonisation in the Internal Market). Järjestelmän ansiosta yhdellä hakemuksella myönnetään koko Euroopan yhteisön kattava tavaramerkki, joka on suoraan voimassa kaikissa yhteisön jäsenvaltioissa. OHIM:in ratkaisuihin ja sen muutoksenhakuinstanssien päätöksillä tavaramerkkejä koskevissa tapauksissa on merkittävä tavaramerkkioikeutta yhtenäistävä merkitys EU:n alueella. OHIM:in ratkaisuihin voidaan hakea muutosta Euroopan yhteisön ensimmäisen asteen tuomioistuimessa ja sen ratkaisuihin taas puolestaan yhteisön tuomioistuimessa. [Haarman 2006, 30]

Yhteisömalli

Myös mallioikeuden osalta yhdellä hakemuksella saatava koko yhteisön kattava yksinoikeussuoja ja -järjestelmä on onnistuttu toteuttamaan. Yhteisömallista annettiin 12.12.2001 EY-neuvoston asetus N:o 6/2002/EY, jonka perusteella malli voi saada suojaa joko rekisteröimättömänä tai rekisteröitynä. Asetus tuli voimaan 6.3.2001 ja mallien rekisteröinti aloitettiin 1.4.2003. Oikeusvaikutuksen ovat samat koko EU:n alueella riippumatta siitä onko kyseessä rekisteröity vai rekisteröimätön malli. Rekisteröintiviranomaisena toimii OHIM, eli sama virasto kuin tavaramerkinkin kohdalla. Myös muutoksenhakuinstanssit ovat samat kuin tavaramerkillä.

4.3.2.4 Direktiivit

EY on antanut lukuisia direktiivejä tai direktiiviehdotuksia immateriaalioikeuden alalta, joista lähimpänä tämän työn aihepiiriä ovat seuraavat [Haarman 2006, 33]:

- Teollis- ja tekijänoikeuksien noudattamisen varmistamisesta (enforcement) annettu direktiivi (2004/48/EY), joka koskee kaikkia immateriaalioikeuksia. Sillä pyritään yhdenmukaistamaan teollis- ja tekijänoikeuksien noudattamista koskevat kansalliset säännökset ja loukkaustilanteissa sovellettavat menettelyt.
- Rikosvastuuta koskeva direktiiviehdotus (KOM (2005)276).
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/44/EY bioteknologian keksintöjen oikeudellisesta suojasta 6.7.1998 koskee patenttioikeutta.

- Tietokoneohjelmien patentoitavuutta koskevan direktiiviehdotus, KOM (2002)92, jonka Euroopan parlamentti hylkäsi kesällä 2005.
- Hyödyllisyysmallioikeudesta annettiin direktiiviehdotus KOM (1999) 309, jota ei myöskään ole hyväksytty.
- Mallioikeuden annettiin Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/71/EY mallien oikeudellisesta suojasta 13.10.1998
- Varaosien mallisuoja on syksyllä 2004 annettu ehdotus KOM (2004)582 lopull.).
- Neuvoston direktiivi jäsenvaltioiden tavaramerkkilainsäädännön lähentämisestä (89/104/ETY) 21.12.1988.
- Tietoyhteiskunnan palveluja ja sähköistä kaupankäyntiä koskee direktiivi (2000/31/EY).

Tekijänoikeuden alueelta on tähän mennessä annettu seuraavat direktiivit [Haarman 2006, 31-32]:

- Neuvoston direktiivi 14.5.1991 tietokoneohjelmien oikeudellisesta suojasta (91/250/ETY)
- Neuvoston direktiivi 29.10.1993 tekijänoikeuden ja tiettyjen lähioikeuksien suojan voimassaoloajan yhdenmukaistamisesta (93/98 EY)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 11.3.1996 tietokantojen oikeudellisesta suojasta (96/9 EY)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 22.5.2001 tekijänoikeuden ja lähioikeuksien tiettyjen piirteiden yhdenmukaistamisesta tietoyhteiskunnassa (2001/29/EY)

4.3.2.5 Kv-sopimukset

Vaikka monissa Euroopan maissa kansainvälisiä yleissopimuksia sovelletaan suoraan kansallisina normeina (monistinen järjestelmä), niin Suomessa ne eivät ole välittömästi sovellettavissa. Meillä sopimukset saatetaan sovellettaviksi erityisellä omalla lainsäädäntötoimenpiteellä (dualistinen järjestelmä). Immateriaalioikeuden kohdalla tämä tapahtuu pääsääntöisesti harmonisoimalla omat kansalliset säännöksemme yleissopimuksen määräyksiä vastaaviksi. Kansalliset tuomioistuimemme eivät myöskään sovelleta kansainvälisten sopimusten vähimmäissuojaa koskevia artikloita vaan oman kansallisen lainsäädäntömme harmonisoituja artikloita. Tuomioistuin voi kuitenkin yleissopimusten perusteella harmonisoituja säännöksiä soveltaessaan käyttää hyväksi myös sopimustekstejä tulkinta-argumentteina. [Haarman 2006, 20]

5 TUOTEKONSEPTI JA IMMATERIAALISET YKSINOIKEUDET

5.1 Johdanto

Tämän työn tavoitteena on tarkastella tuotekonseptin suhdetta immateriaalisiin yksinoikeuksiin silmälläpitäen tuotekonseptin hyödyntämistä yritystoiminnassa ja tämän usein edellyttämää immateriaalioikeudellista suojaamista. Aiemmin tuotekonseptia käsiteltäessä todettiin, ettei ole olemassa sellaista immateriaalioikeudellista suojamuotoa, joka antaisi tuotekonseptille tai edes tuotteelle suojaa kokonaisuutena. Näin on ainakin, jos käsitämme tuotekonseptin ja tuotteen sellaiseksi kokonaisuudeksi, johon sisältyy kiinteästi toisiinsa liittyneinä tuotteen idea ja käyttökonteksti sekä sen ulkomuoto, identiteetti ja tekniset ratkaisut. Tuotekonseptoinnin tavoitteenahan pääsääntöisesti on hahmottaa ja suunnitella juuri tällaisia kokonaisuuksia (ehkä ratkaisevaa tuotekehityksen yksityiskohtiin keskittyvää konseptointia lukuun ottamatta). Patenti voi tosin olla niin sanottu ”tuotepatentti”, mutta tässäkin yhteydessä on kysymys ainoastaan tuotteen teknologialle annettavasta suojasta – ei sen muille piirteille (elleivät ne suoraan johdu tuotteen teknisestä ratkaisusta).

Emme myöskään ole rajanneet tarkasteltavia tuotekonsepteja työn ulkopuolelle muutoin kuin niin sanottujen palvelutuotteitten osalta. Pyrimme siis selvittämään hyvin laajan mahdollisen tuotekonseptikirjon suhdetta immateriaalisiin yksinoikeuksiin ja lähes minkälaisen tahansa tuotehahmotelman suojaamista niiden avulla. Siksi emme voi lähestyä kysymystä suojaamisesta tuotekonseptin puolelta vaan meidän tulee tarkastella eri yksinoikeuksia ja niiden laissa tarkkaan määriteltyjä edellytyksiä suojan saamisesta.

Totesimme aiemmin myös, ettei esimerkiksi tuotekonseptin ideaa voida suojata vaan mahdollisuudet rajoittuvat sen teknisiin ja muotoilullisiin elementteihin sekä sen identiteettiin, jos tuotekonseptille sellainen on luotu. Lisäksi tuotekonseptointiprosessin aikana syntynyt työskentelymateriaali sekä tuotekonseptin esittelymateriaali voi saada suojaa tekijänoikeuden nojalla. Teollisiin immateriaalioikeuksiin kuuluu myös yksinoikeuksia, joilla suojataan yrityksen toiminimeä, kasvinjalostajan oikeutta, piirimallia ja maantieteellistä alkuperää. Tekijänoikeus puolestaan antaa suojaa lähes kaikelle, minkä voidaan katsoa olevan kirjallinen tai taiteellinen teos. Näillä ei kuitenkaan ole mitään mainittavaa käytännön merkitystä yritystoiminnassa hyödynnettäväksi ajatellun tuotekonseptin suhteen, vaikka ehkä hypoteettisesti voitaisiinkin ajatella esimerkiksi tuotekonseptoitavan uutta piirimallia. Käytännössä piirimallit syntyvät hyvin systemaattisen teknisen suunnittelun tuloksena.

Tekniset ratkaisut voidaan immateriaalioikeudessa mahdollisesti suojata patentin tai hyödyllisyysmallin avulla. Tuotteen ulkomuotoa ja muotoilua voidaan suojata mallioikeuden tai tavaramerkkioikeuden nojalla ja tekijänoikeuskin voi antaa suojaa, jos esineen malli ylittää taiteelliselta teokselta edellytettyn teostasoon. Tuotteen identiteettiä suojataan pääsääntöisesti tavaramerkkioikeudella mutta nykyään myös verkkotunnus voi olla merkityksellinen erityisesti markkinoinnin ja muiden viestinnällisten tarpeiden suhteen.

5.2 Tuotekonseptin osalta merkitykselliset teollisoikeudet

5.2.1 Patentti

5.2.1.1 Suomalainen, kansainvälinen ja Euroopan patenttisopimuksen mukainen patentti

Suomessa patenttioikeuden voi saada kolmella tavalla:

1. hakemalla kansallista patenttia
2. hakemalla kansainvälistä patenttia (PCT)
3. hakemalla Eurooppa-patenttia (EPC)

Kansallista, suomalaista patenttia koskeva hakemus tehdään Patentti- ja rekisterihallitukselle (PRH). Kansainvälinen patenttihakemus (PCT) on mahdollista jättää PRH:lle, Euroopan patenttiovirastolle (EPO) Müncheniin tai Maailman henkisen omaisuuden järjestön (WIPO) kansainväliseen toimistoon Geneveen. Rekisteriviranomainen kansainvälisessä hakumenettelyssä on WIPO. PCT-järjestelmä on rinnakkainen kansallisille järjestelmille, joten oikeusvaikutukset niissä jäsenmaissa, joihin patentti myönnetään, ovat samat kuin kansallisilla patenteilla. Lopputuloksena on joukko kansallisten patenttiovirastojen myöntämiä kansallisia patenteja.

Eurooppa-patenttia eli Euroopan patenttisopimuksen (EPC) mukaista patenttia koskeva hakemus jätetään Euroopan patenttiovirastolle (EPO) tai kansalliselle patenttioviranomaiselle eli Suomessa niinkään PRH:lle. Hakemusten käsittely ja Eurooppa-patenttien myöntäminen suoritetaan keskitetysti EPO:ssa. Aineelliset edellytykset patentin myöntämiselle määrätään tyhjentävästi sopimuksessa ja patentti tulee samansisältöisenä voimaan kaikissa niissä sopimusvaltioissa, joissa patentti on saatettu voimaan. Kun patentti on myönnetty, EPO:n toimivalta päättyy. Vaikka EPC-patentin haku- ja myöntämismenettely on keskitetty yhdelle

viranomaiselle, EPO:lle, on lopputuloksena kansainvälisen patenttihakemuksen tavoin kansalliset patentit kansallisin oikeusvaikutuksin niissä valtioissa, jotka hakemukseen oli määriteltä.

Keskitymme jatkossa työn rajauksien mukaisesti Suomen kansalliseen patenttioikeuteen.

5.2.1.2 Keksijä ja patentin hakija

Sitä luonnollista henkilöä, joka tekee keksinnön, kutsutaan yleisesti keksijäksi. Hänellä on alkuperäinen oikeus keksintöönsä. Keksijällä on oikeus ns. keksijänkunniaan eli oikeus tulla nimetyksi keksijänä, vaikka patenttia hakisikin joku, jolle oikeus on siirtynyt. Euroopan patenttisopimuksen mukaan keksijä voi tosin kieltää nimensä mainitsemisen patenttijulkaisuissa. Patenttihakemuksessa keksijä on kuitenkin aina nimettävä. Jos keksinnön tekee useampi luonnollinen henkilö yhdessä, puhutaan yhteiskeksinnöstä. [PatL 1 §, Oesch & Pihlajamaa 2008, 65-67]

Patenttia voi hakea alkuperäisen oikeuden keksintöönsä omaava keksijä tai se, jolle oikeus on erillisen luovutussopimuksen tai lain perusteella siirtynyt [PatL 1 §]. Siirto voi perustua esimerkiksi kaupan, lahjan, perintöön, testamenttiin tai apportiin [Haarman 2006, 153]. On hyvin yleistä, että hakija on joku muu kuin keksijä itse. Oikeus keksintöön ja sen patentoimiseen voi siirtyä myös työsopimuksen ja Työsuhdekeksintölain säännösten perusteella työnantajalle (kts. tarkemmin jakso 5.4.2). Keksijä voi myös omasta aloitteestaan siirtää oikeuden esimerkiksi jollekin yritykselle, jotta keksinnön kehittämisen rahoitus valmiiksi tuotteen onnistuisi. Suomessa patenttia haettaessa on aina näytettävä, miten oikeus on keksijältä siirtynyt hakijalle, ellei hakijana ole keksijä itse. Yleensä tämä osoitetaan liittämällä hakemukseen siirtokirja [Oesch & Pihlajamaa 2008, 66].

Hakijaksi kutsutaan sitä luonnollista tai juridista henkilöä, jonka nimissä patenttihakemus tehdään. Hakemuksen voi myös tehdä useampi luonnollinen tai juridinen henkilö yhdessä. Eurooppapatenttia tai kansainvälistä patenttia haettaessa voidaan esimerkiksi patentin suoja-ala jakaa maantieteellisten alueiden perusteella yhdessä patenttia hakevien oikeushenkilöiden kesken. Patentin saanutta luonnollista tai juridista henkilöä kutsutaan patentin myöntämisen jälkeen patentinhaltijaksi. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 68]

Jos saman keksinnön tekee toisistaan riippumatta useampi henkilö, on oikeus patenttiin sillä, joka ensimmäisenä jättää tätä keksintöä koskevan patenttihakemuksen (ns. first-to-file-periaate).

Jos taas joku on tehnyt saman keksinnön jo aiemmin, esimerkiksi paljon ennen julkiseksi tullutta patenttihakemusta, mutta ei ole itse hakenut keksinnölleen patenttia, voi hän tiettyjen edellytysten täytyessä saada ns. ennakkokäyttöoikeuden keksintöön. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 69]

Keksijä voi joutua myös tilanteeseen, missä joku toinen hakee patenttia keksintöön, vaikka hänellä ei ole siihen keksijältä laillisesti johdettua oikeutta. Keksijän tulee tällöin nostaa ns. parempaa oikeutta keksintöön koskeva kanne tuomioistuimessa. Hänen tulee tehdä se vuoden sisällä siitä, kun hän on saanut tiedon patentista tai patenttihakemuksesta [PatL 54 §:n 2 mom.]

5.2.1.3 Patentin edellytykset

Perusedellytykset

Patenttiasetuksen mukaan patentti voi olla tuote-, laite-, menetelmä- tai käyttöpatentti [PatA 14 § 3 mom]. Tuote saa suojaa tuotepatenttina riippumatta siitä, miten se on valmistettu tai miten sitä käytetään. Kone, laite tai näiden jokin määrätty osa voivat saada suojaa laitepatentin muodossa. Valmistusmenetelmä ja sen avulla valmistettu tuote saavat suojaa menetelmäpatentilla. Jos ennestään tunnetulle tuotteelle syntyy uusi käyttötapa, se voi saada suojaa käyttöpatentilla. Edellisten lisäksi puhutaan myös yhdistelmäkeksinnöstä eli jo tunnettujen tuotteitten ja menetelmien yhdistämisestä ja käyttämisestä siten, että saadaan aikaan uusi tekninen vaikutus. [Haarman & Mansala 2007, 60-61]

Patenttilaissa (PatL) ei määritellä keksintöä mutta todetaan, että se voi liittyä mihin tahansa tekniikan alaan ja että sitä on voitava käyttää teollisesti [PatL 1 § 1 mom.]. Keksinnöksi ei kuitenkaan katsota pelkästään löytöä, tieteellistä teoriaa, matemaattista menetelmää, taiteellista luomusta, tietokoneohjelmaa, tietojen esittämistä eikä suunnitelmaa, sääntöä tai menetelmää älyllistä toimintaa, peliä tai liiketoimintaa varten [PatL 1 § 2 mom.]. Euroopan patenttisopimuksessa (EPC 52:1 artikla) sanotaan, että keksinnöt kaikilla teollisuuden aloilla, jotka ovat uusia, keksinnöllisiä ja teollisesti hyödynnettävissä, ovat patentoitavissa. TRIPS-sopimuksen mukaan (27 artikla) uudet, keksinnölliset ja teollisesti hyödynnettävät keksinnöt kaikilla teknologian aloilla ovat patentoitavissa ja lisätään, että ne voivat olla tuotteita tai menetelmiä. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 70-71]

Idea ei sellaisenaan ole patentoitavissa. Sille on voitava esittää konkreettinen toteutus tai ratkaisu, joka toimii ja tuottaa tavoitellun vaikutuksen aina, kun niin halutaan. Keksinnöllä on oltava tekninen luonne ja tekninen teho ja sen on myös oltava toistettavissa. Keksinnön on

lisäksi oltava uusi ja erota olennaisesti muista tunnetuista keksinnöistä. [Haarman & Mansala 2007, 60]

Yhteenvedonomaaisesti esitettynä patentin hakemisen edellytykset keksinnölle ovat seuraavat [Oesch & Pihlajamaa 2008, 71]:

- tekninen teho
- tekninen luonne
- se on toisinnettavissa
- se on teollisesti hyödynnettävissä
- oltava patenttioikeudellinen keksintö
- sitä ei ole suljettu pois patentoitavuuden piiristä
- se on uusi ja keksinnöllinen
- se on hakemuksessa esitetty riittävän selkeästi
- hakemuksen suoja-alaa ei ole laajennettu hakemuksen käsittelyn aikana

”Tekninen luonne” tarkoittaa itse asiassa sitä, että keksintö ratkaisee jonkun teknisen ongelman uudella käyttökelpoisella tavalla luonnon lakeja hyväksi käyttäen. Esimerkiksi esteettiset luomukset ja uudet luonnosta löydetty asiat eivät täytä teknisen luonteen edellytystä. ”Teknisellä teholla” puolestaan tarkoitetaan yksinkertaisesti sitä, että keksinnön tulee toimia ja ratkaista kyseinen tekninen ongelma. Tavoitellun teknisen vaikutuksen olemassa olosta ei saa jäädä epäselvyyttä kyseisen tekniikan alan asiantuntijalle. ”Esimerkiksi tuulivoimalla kulkeva auto, joka on toteutettu laittamalla purje tavallisen henkilöauton katolle, ei ole patentoitava keksintö, koska on itsestään selvää, ettei se luotettavasti toimi esitetyllä tavalla” [Oesch & Pihlajamaa 2008, 72-73]. [Haarman 2006, 127]

”Toisinnettavuuden” vaatimuksella ilmaistaan se, että keksinnön tavoiteltu vaikutus on saatava aikaan jatkuvasti keksintöä käytettäessä. Keksijän ei tarvitse antaa yleispätevää luonnontieteellistä selitystä keksinnölleen mutta hänen tulee kuvata se riittävän tarkasti niin, että alan ammattimies pystyy sitä tämän perusteella käyttämään. ”Teollinen hyödynnettävyys” tarkoittaa, että keksintöä on voitava käyttää hyväksi teollisesti. Teollinen toiminta on patenttilain mukaan ymmärrettävä tässä yhteydessä erittäin laajana käsitteenä mukaan lukien muun muassa ”kuljetus, rakennustoiminta, maanviljelys, metsänhoito, kaivostoiminta, maanpuolustus ja vaikkapa valtion rautateiden toiminta”. [Haarman 2006, 128]

Ilmiöt joita ei pidetä patenttioikeudellisina keksintöinä

Patenttilakiin on vuonna 1980 otettu Euroopan patenttisopimuksesta lista ilmiöistä tai aikaansaannoksista, joita ei katsota patentoitaviksi keksinnöiksi. Pois sulkeminen koskee listassa mainittuja aikaansaannoksia nimenomaan silloin, kun ne eivät kuulu johonkin suurempaan kokonaisuuteen vaan esiintyvät yksinään [Oesch & Pihlajamaa 2008, 74]. Patenttioikeudelliseksi keksinnöksi ”ei katsota pelkästään” [PatL 1 § 2 mom.] eli ei sellaisenaan pidetä (EPC 52.3 ”as such”):

1. löytöä, tieteellistä teoriaa tai matemaattista menetelmää
2. taiteellista luomusta
3. suunnitelmaa, sääntöä tai menetelmää älyllistä toimintaa, peliä tai liiketoimintaa varten taikka tietokoneohjelmaa
4. tietojen esittämistä.

Löytö on ainutkertainen tapahtuma eli sitä ei voida patenttioikeuden edellyttämällä tavalla toisintaa. Tieteelliset teorialat, matemaattiset menetelmät, taiteelliset luomukset ja tietojen esittäminen eivät täytä patenttioikeuden edellytystä teknisestä luonteesta. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 74]

”Suunnitelmaa, sääntöä tai menetelmää älyllistä toimintaa, peliä tai liiketoimintaa varten taikka tietokoneohjelmia” käsittää ryhmän erilaisia inhimillisiä aikaansaannoksia, joita kutsuttiin aiemmin ”ihmisen älykkyyden osoituksiksi” ja niihin katsottiin kuuluvan muun muassa kirjanpitojärjestelmät, pelisäännöt, mainosmenetelmät ja niin edelleen. Vaikka niihin voi liittyä huomattaviakin taloudellisia arvoja, on ne suljettu patentoitavuuden ulkopuolelle teknisen luonteen puuttumisen johdosta. [Haarman 2006, 131]

Tietokoneohjelmien suhteen, vaikka ne on nimenomaisesti mainittu yllä esitetyssä listassa ilmiöistä, joita ei katsota keksinnöiksi, ei patentoimiskelvottomuus enää ole täysin itsestään selvää. Nimittäin patenttilain asianomaisessa säännöksessä (PatL 1 § 2 mom.) olevaa rajausta ”ei katsota pelkästään” (EPC 52.3 ”as such”) on viime vuosikymmeninä alettu soveltaa aiempaa tiukkaa tulkintakäytäntöä selvästi sallivampaan suuntaan muuttaen. Suomen patenttivirasto on alkanut seurata EPO:n hyväksyvämpää linjaa siten, että tietokoneohjelmia voidaan patentoida kunhan ne ratkaisevat jonkun teknisen ongelman tai sisältävät teknisen aspektin. Nykyään EPO:n uusien ohjeiden mukaan tietokoneohjelma voi saada patenttisuojaa myös tuotteena, kun sillä on tekninen funktio toimiessaan. Myös liiketoimintamenetelmille (business methods) on myönnetty patenteja EPO:n toimesta. [Haarman & Mansala 2007, 61-62]

Keksinnöksi ei patenttilaissa yllä esitetyn listan lisäksi katsota myöskään ”kirurgista tai terapeuttista käsittelyä tai diagnoosia tarkoittavaa menetelmää, joka kohdistetaan ihmisiin tai eläimiin” [PatL 1 § 3 mom.]. Peruste patentointikelvottomuudelle on se, ettei haluta patenttien rajoittavan ” mahdollisuutta parannuskeinojen aktiiviseen hyväksikäyttöön” [Oesch & Pihlajamaa 2008, 77].

Keksinnöt, joita ei voi patentoida

Oman ryhmänsä muodostavat ne tapaukset, joille erinäisistä syistä ei myönnetä patenttia, vaikka kysymyksessä voi hyvinkin olla patenttilain mukainen keksintö:

1. kasvilajikkeet ja eläinrodot [PatL 1 § 4 mom.]
2. olennaisesti biologinen menetelmä kasvien tai eläinten jalostamiseksi [PatL 1 § 5 mom.]
3. muodostumisensa ja kehityksensä eri vaiheissa oleva ihmiskeho [PatL 1a §]
4. keksintö, jonka kaupallinen hyödyntäminen on yleisen järjestyksen tai hyvien tapojen vastaista [PatL 1b §]

Vaikka kasvilajikkeita ja eläinrotuja tai olennaisesti biologisia menetelmiä kasvien tai eläinten tuottamiseksi ei voida patentoida, niin mikrobiologiset menetelmät ja tällaisilla menetelmillä aikaansaadut tuotteet ovat patentoitavissa. ”Ihmisen tekninen toiminta halutun tuloksen saavuttamiseksi tai kontrolloimiseksi” ratkaisee, onko kysymyksessä olennaisesti biologisesta menetelmästä vai ei. Yleisen järjestyksen ja hyvän tavan vastaisena kaupallisena hyödyntämisenä pidetään keksintöä joka loukkaa yleistä moraalialia. Se, että laki kieltää jonkin esineen tai laitteen ei sinänsä ole välttämättä patentoinnin este. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 75-76]

Patenttioikeudellinen uutuus ja keksinnöllisyys

”Patentti myönnetään ainoastaan keksintöön, joka on uusi siihen verrattuna, mikä on tullut tunnetuksi ennen patenttihakemuksen tekemispäivää, ja lisäksi olennaisesti eroaa siitä” [PatL 2 §]

Keksintö, joka on vain keksijälleen uusi, ei täyty patenttilain uutuuden vaatimusta, koska patenttilaissa sovelletaan niin sanottua absoluuttista objektiivisen uutuuden käsitettä. Uutuuden esteenä pidetään keksinnön julkiseksi tulemistä millä tavalla tahansa, missä tahansa ja milloin tahansa ennen patentin hakemista. Jos kuka tahansa onkin tehnyt keksinnön ennen patentin hakemista mutta ei ole julkistanut sitä, ei synny uutuuden estettä. Suomen patenttilaki suojaa

siis pääsääntöisesti sitä, joka hakee patenttia ensimmäisenä, eikä sitä, joka tekee saman keksinnön ensimmäisenä. ”Julkiseksi tulemisella tarkoitetaan sitä, että suurehkolla, epämääräisellä henkilökoukolla on ollut mahdollisuus ottaa keksinnöstä selko.” [Haarman & Mansala 2007, 64-65]

Euroopan patenttiviraston kannan mukaan keksintö on tullut julkiseksi, jos yksikin salassapitovelvollisuuteen sitoutumaton henkilö, joka ymmärtää keksintöä niin pitkälle, että hän pystyisi levittämään sitä edelleen, saa keksinnöstä tiedon. Tosin, jos keksinnön ominaispiirteitä ei oltaisi voitu selvittää ilman erityislaatuista selvitystyötä (without undue burden), ei keksintö ole tullut julkiseksi. Keksinnön pitäminen huolellisesti salassa ennen patentin hakemista ja kaikkien siihen tutustumaan pääsevien henkilöiden sitouttaminen salassapitovelvollisuuteen on hyvin tärkeitä, jottei keksinnön uutuutta menetettäisi. Esimerkiksi keksinnön kehitystyön rahoituksesta neuvoteltaessa ja esiteltäessä sitä mahdolliselle lisenssinsaajalle tulee aina ennen neuvotteluita sopia salassapidosta nimenomaisella salassapitosopimuksella. Tosin salassapidon on katsottu syntyneen olosuhteiden perusteella eli konkludenttisesti muun muassa alihankinta- ja joint-venture yhteistyöstä neuvoteltaessa. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 81-82]

Keksinnön uutuutta määritettäessä otetaan huomioon Pariisin yleissopimuksella aikaansaatu sopimusetuoikeusjärjestelmä eli konventioprioriteetti. Patentin hakijalla on oikeus 12 kuukauden kuluessa jätettyään patenttihakemuksen ensin jossakin Pariisin konvention sopimusvaltiossa hakea patenttia muissakin jäsenvaltioissa ensimmäisen hakemuksen hakemuspäivän oikeuksin. [Haarman & Mansala 2007, 66]

Pariisin yleissopimuksesta on peräisin toinenkin poikkeus keksinnön uutuuden määrittelyssä. Uutuutta ei menetetä, jos keksintö on tullut tunnetuksi ilmeisen väärinkäytöksen johdosta, ja patenttia haetaan kuuden kuukauden kuluessa tunnetuksi tulemisesta laskettuna. Säännöstä voidaan soveltaa, jos patentin hakija pystyy osoittamaan, että tieto keksinnöstä on hankittu vilpillisesti. Säännöstä voidaan soveltaa esimerkiksi teollisuusvakoiluun liittyen tai, jos joku, joka on saanut tiedon keksinnöstä täysin luvallisesti, rikkoo tietoisesti salassapitosopimustaan aiheuttaakseen harmia keksinnön haltijalle. Uutuutta ei menetetä myöskään sellaisessa tilanteessa, missä keksintö on asetettu julkisesti näytteille tietyissä EPO:n virallisessa lehdessä nimetyissä kansainvälisissä näyttelyissä. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 83-84]

Suomen patenttilain mukaan keksinnön tulee erota olennaisesti siitä, mikä on tullut tunnetuksi ennen patentin hakemista. Tällä tarkoitetaan vaatimusta niin sanotusta keksinnöllisyydestä eli, että uuden keksinnön tulee olennaisesti erota tunnetun tekniikan tasosta. Euroopan patenttisopimuksessa vaaditaan, ettei uusi tekninen ratkaisu saa olla itsestään selvä (obvious).

Keksinnöllisyyttä arvioidaan niin sanotun ”alan keskitason ammattimiehen” (patenttisopimuksessa ”a person skilled in the art”) silmin. Tämä ”ammattimies” on kuvitteellinen kyseisen teknisen alan asiantuntija, jolla katsotaan olevan ”laaja tietomäärä kyseiseltä alalta, muttei keksinnöllisyyteen vaadittavaa luovuutta tai mielikuvitusta”. EPO:n valituslautakuntien ratkaisujen mukaan tältä ammattimieheltä odotetaan konservatiivista asennetta ja yleisen tunnetun tiedon sisäistämistä mutta ei vakiintuneen käytännön muuttamista, täysin eri alan tekniikan tuntemusta tai tuntemattomien riskien ottoa. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 85-86]

5.2.1.4 Patentin tuottaman yksinoikeuden sisältö

Kielto-oikeus

Patentti tuottaa haltijalleen oikeuden kieltää kaikkia muita käyttämästä keksintöä ammattimaisesti hyväkseen [PatL 3 §]. Negatiivisen muodon kautta ilmaistu yksinoikeus perustuu siis oikeuteen kieltää muiden käyttö eikä ehdottomaan oikeuteen hyväksikäyttää keksintöä. Tämä johtuu siitä, että patentti saattaa monissa tapauksissa perustua joidenkin muiden kuin kyseisen patentinhaltijan patentteihin, jotka estävät patentin hyväksikäytön. Lisäksi muun muassa lääkekeksintöjen hyväksikäyttöön vaaditaan viranomaisen lupa. [Haarman & Mansala 2007, 67]

Kielto-oikeus käsittää patentoidun tuotteen osalta seuraavat ammattimaiset käyttömuodot [PatL 1 § 1 mom.]:

- valmistamisen
- tarjoamisen
- vaihdantaan saattamisen
- tuotteen käyttämisen
- maahan tuomisen
- halussa pitämisen maahan tuomisen tarkoituksessa

Patentoidun menetelmän osalta kielto-oikeus käsittää seuraavat ammattimaiset käyttömuodot [PatL 1 § 1 mom.]:

- menetelmän käyttämisen
- menetelmän tarjoamisen käytettäväksi, jos tarjoaja tietää tai olosuhteiden perusteella on ilmeistä, ettei menetelmää saa käyttää ilman patentinhaltijan lupaa

Patentoidulla menetelmällä valmistettujen tuotteitten (niin sanottu välillinen tuotesuoja) osalta

kielto-oikeus koskee ammattimaista [PatL 1 § 1 mom.]:

- tarjoamista
- vaihdantaan saattamista
- käyttämistä
- maahan tuomista
- halussa pitämistä maahan tuomisen tarkoituksessa

Yllä läpi käytyjen patentin haltijalle kuuluvien yksinomaisten käyttömuotojen loukkaaja syyllistyy välittömään patentinloukkaukseen. Patentinhaltijaa suojataan myös niin sanotulta välilliseltä patentinloukkaukselta, joka pitää sisällään keksinnön käyttämiseen tarkoitettujen tai soveltuvien välineiden markkinoinnin niille, joilla ei ole oikeutta käyttää keksintöä. [Haarman 2006, 163]

Patenttisuojan laajuus

Patenttihakemukseen on aina sisällytettävä keksinnön selitys ja niin sanotut patenttivaatimukset, joissa ilmaistaan se, mihin suojaa haetaan. Keksinnön selityksessä määritetään keksinnön käyttöala ja tekniikka, johon keksintö perustuu eli niin sanottu tekniikan taso ja patenttivaatimuksissa osoitetaan, mikä keksinnössä on uutta ja omalaatuista. Patenttisuojan laajuus määräytyy patenttivaatimusten perusteella selityksiä mahdollisesti apuna käyttäen patenttivaatimusten ymmärtämiseksi. [PatL 39 §, Haarman & Mansala 2007, 67]

Patenttivaatimusten tulkinta tapahtuu suppeana eli suojaa ei anneta patenttivaatimusten perustana olevalle yleisemmälle keksinnölliselle ajatukselle, joka ei ilmene suoraan patenttivaatimuksista. Toisaalta patenttivaatimuksia ei myöskään tulkita kirjaimellisesti ja käytännön tulkintatilanteissa suojan laajuus harvoin selviää puhtaasti patenttivaatimusten perusteella. Patenttiloukkauksia tutkittaessa ongelmana on konkreettisen tuotteen tai käytetyn menetelmän vertaaminen patenttiasiakirjojen teksteihin ja piirroksiin. [Haarman & Mansala 2007, 67-68]

Yksinoikeuden rajoitukset

Patentin tuottama yksinoikeus on rajoitettu alueellisesti niihin maihin tai talousalueisiin, joissa se on myönnetty. Se on rajoitettu ajallisesti enintään 20 vuoteen ja laadullisesti se käsittää vain keksinnön ammattimaisen käytön – ei esimerkiksi tutkimuskäyttöä [Oesch & Pihlajamaa 2008, 115]. Yksinoikeus voi myös menettää osan merkityksestään sen konsumoitumisen eli

raukeamisen johdosta. Lisäksi keksintöön voidaan myöntää niin sanottu pakkolisenssi tai olla ennakkokäyttöoikeus. [Haarman 2006, 167]

Kuten aiemmin patenttioikeuden kansainvälisiä sopimuksia käsiteltäessä ilmeni tapahtuu patenttioikeuden raukeaminen EU-maiden osalta nykyään Euroopan talousalueen laajuisesti eli alueellisesti eikä kansallisesti. Siten suomalaisen patentin haltija voi kieltää patentoitujen tuotteitten maahantuonnin Suomeen, vaikka ne olisi saatettu vaihdantaan Euroopan talousalueen ulkopuolella. Mutta, jos patentoidut tuotteet saatetaan vaihdantaan talousalueen sisällä, saa näitä kyseisiä tuotteita sen jälkeen vapaasti myydä talousalueen sisällä eli tuoda myös Suomeen. [Haarman & Mansala 2007, 69]

Tuomioistuin voi hakemuksesta myöntää niin sanotun ennakkokäyttöoikeuden sille, joka on ammattimaisesti käyttänyt hyväkseen tai ryhtynyt olennaisiin toimenpiteisiin käyttääkseen hyväkseen patentin suojaamaa keksintöä patentin hakemisen hetkellä. On tietenkin pääteltävissä, että käyttö tai siihen valmistautuminen on täytynyt pääsääntöisesti tapahtua salassa, koska muutoin siitä olisi muodostunut keksinnön uutuuteen vaikuttava este patentoinnille tai sen perusteella voitaisiin vähintään esittää väite keksinnön uutuudesta. Ennakkokäyttöoikeus ei ole yksinoikeus vaan ” edellytysten täytyessä automaattisesti saavutettava oikeusasema”. Ennakkokäyttöoikeus on myös täysin sidottu haltijaansa eli hän ei voi esimerkiksi lisensioda oikeuttaan. Hänen on lisäksi pitädyttävä keksinnön käytössä laadullisesti (ei tosin määrällisesti) siinä ”yleisessä luonteessa”, mikä vallitsi ennen patentin kuulutuksen julkaisemista. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 115-116]

Patentin aikaansaamaa yksinoikeutta voi rajoittaa myös tuomioistuimen määräämä pakkolisenssi eli lupa käyttää patentoitua keksintöä ilman keksijän lupaa. Pakkolisenssillä turvataan aina valtion tai yhteiskunnan etua. Patentin haltijalle tulee aina maksaa täysi korvaus yksinoikeutensa rajoittamisesta. [Oesch & Pihlajamaa 2008, 117-118]

Pakkolisenssi voidaan myöntää seuraavissa tapauksissa [PatL 45-50 §]:

- 1) keksinnön käyttämättä jättäminen
- 2) keksinnön käyttämisen riippuvuus toiselle kuuluvasta patentista
- 3) kasvilajikkeeseen liittyvä huomattava taloudellinen etu
- 4) erityisen merkittävä yleinen etu tai
- 5) keksinnön ammattimainen hyväksikäyttö patenttihakemusasiakirjojen julkiseksi tulemisen hetkellä.

5.2.2 Hyödyllisyysmalli

5.2.2.1 Yleistä

Hyödyllisyysmallioikeus antaa suojaa teknisille ratkaisuille, jotka eivät täytä patentin edellytyksiä mutta joissa on niin paljon keksinnöllisyyttä, etteivät ne ole alan ammattimiehelle täysin itsestään selviä. Hyödyllisyysmallilla voidaan suojata myös laiteparannuksia ja pienempiä tai vähämerkityksisempiä keksintöjä, joille patenttisuojan hankkiminen olisi liian hidas tai kallis prosessi, kun otetaan huomioon keksinnön laatu tai siihen liittyvien tuotteitten lyhyt elinikä. Hyödyllisyysmallillakin suojattavaa keksintöä tulee voida käyttää teollisesti. Sillä ei kuitenkaan voi suojata menetelmiä ja patenttilaissa esitettyjä vastaavat ”ihmisen älykkyyden osoitukset” jäävät myös suojan ulkopuolelle. Suojaa ei saa myöskään kasvilajikkeet ja eläinrodut sekä siveellisyyden ja yleisen järjestyksen vastainen hyväksikäyttö. [HyödMalliL 1 §, Haarman & Mansala 2007, 70-71]

5.2.2.2 Suojan edellytykset

Hyödyllisyysmallisuojan saamisen edellytyksenä on se, että keksintö on uusi ja että se eroaa selvästi siitä, mikä on tullut tunnetuksi ennen hyödyllisyysmallioikeuden hakemispäivää (tai etuoikeutta vaadittaessa ennen etuoikeuspäivää). Uutuusvaatimus hyödyllisyysmallisuojaalla on sama objektiivinen uutuus kuin patenttioikeudessaakin mutta keksinnöllisyysvaatimus on alempi kuin patenttioikeudessa. Hyödyllisyysmallisuojan saamiseen riittää ”selvä eroavuus” tunnetusta tekniikan tasosta, kun patenttilta vaaditaan ”olennaista eroavuutta”. Tällä tarkoitetaan, ettei ratkaisu saa olla itsestään selvä alan keskitason ammattimiehelle eikä se saa olla aivan ilmeisesti johdettu jo tunnetuista ratkaisuista. Poikkeukset hyödyllisyysmallin uutuuden ja keksinnöllisyyden vaatimuksista ovat samat kuin patenttioikeudessa. [HyödMalliL 2 §, Haarman & Mansala 2007, 71]

5.2.2.3 Suojan sisältö

”Hyödyllisyysmallin rekisteröinnillä saavutettu yksinoikeus sisältää sen, ettei muu kuin hyödyllisyysmallioikeuden haltija ilman tämän lupaa saa käyttää hyväkseen keksintöä valmistamalla, tarjoamalla, saattamalla vaihdantaan tai käyttämällä hyödyllisyysmallioikeudella suojattua tuotetta tai tuomalla maahan tai pitämällä hallussaan tällaista tuotetta edellä sanottua tarkoitusta varten.” [HyödMalliL 3 § 1 mom.]

Hyödyllisyysmallioikeus on samanlainen kielto-oikeus kuin patenttioikeuskin eli se ei takaa yksinoikeuden haltijalle automaattista oikeutta keksintönsä käyttämiseen. Se myös raukeaa patentin tavoin alueellisesti. Hyödyllisyysmallisuojan laajuuden määrää suojavaatimus, joka on esitetty hakuasiakirjoissa. Suojavaatimusta tulkittaessa voidaan käyttää apuna hakuasiakirjoihin sisällytettyjä keksinnön selitystä ja kuvia. Ennakkokäyttöoikeus on sama kuin patentinkin kohdalla mutta pakkolisenssi hyödyllisyysmalliin voidaan myöntää vain keksinnön käyttämättä jättämisen johdosta. [Haarman & Mansala 2007, 72]

5.2.3 Malli

5.2.3.1 Mallisuoja Suomessa ja Euroopan yhteisössä

Suomessa mallisuojan voi saada kolmella tavalla:

- rekisteröimällä malli Suomen mallioikeuslain mukaisesti,
- rekisteröimällä malli yhteisömallina ja
- tukeutumalla yhteisön rekisteröimättömälle mallille tarjoamaan suojaan.

Suomen mallioikeuslain (MalliL) perusteella tehtävä rekisteröinti tapahtuu EY:n mallioikeusdirektiivin (98/71/EY, 13.10.1998) määäämien rekisteröintiedellytysten mukaisesti. Yhteisömallin rekisteröintiedellytykset ja rekisteröimättömälle mallille annettava suoja määräytyvät saman mallioikeusdirektiivin perusteella. Keskeisenä erona kansallisella mallioikeudella ja yhteisömallioikeudella on luonnollisesti suojan maantieteellinen laajuus. Suomen mallioikeuslain mukaisesti rekisteröity mallisuoja on voimassa vain Suomessa ja yhteisömallin kaikissa Euroopan yhteisön jäsenmaissa. Kansallisessa rekisteröinnissä rekisteriviranomainen on Patentti- ja rekisterihallitus ja yhteisömallin tapauksessa sisämarkkinoilla toimiva yhdenmukaistamisvirasto (OHIM). [Haarman 2006, 213]

Tämän työn rajausten mukaisesti keskitymme jatkossa Suomen mallioikeuslain mukaisen mallisuojan käsittelyyn.

5.2.3.2 Mallisuojan kohde

”Joka on luonut mallin tai jolle hänen oikeutensa on siirtynyt, voi rekisteröimällä saada yksinoikeuden malliin (*mallioikeuden*)” [MalliL 1 §].

Mallioikeuden suojakohde on siis malli, jolla tarkoitetaan tuotteen tai sen osan ulkomuotoa. Mallin ulkomuoto ”ilmenee tuotteen tai sen koristelun piirteistä kuten linjoista, ääriviivoista, väreistä, muodosta, pintarakenteesta tai materiaalista” [MalliL 1a § 1 mom.]. Osa näistä laissa ilmaistuista piirteistä eivät yksinään kykene luomaan tuotteen suojattavaa ulkomuotoa kuten värit ja materiaalit. Kun malli määritellään kokonaisuudessaan, ne voidaan kuitenkin huomioida yhdessä tuotteen muiden piirteiden kanssa. Sillä, perustuuko mallin ulkomuoto esteettisiin vai käytännöllisiin lähtökohtiin tai kuinka esteettinen tai käytännöllinen malli on, ei ole merkitystä. Ulkomuodolta vaaditaan myös pysyvyyttä, mikä ei tarkoita sitä, ettei tuote saisi olla liikkuva tai liikuteltava. Ulkomuoto tulee olla palautettavissa alkuperäiseen liikkumattomaan olotilaan. [Haarman & Mansala 2007, 72-74]

Aiemmin ainoastaan esineet, jotka olivat itsenäisesti vaihdannan kohteina eli kokonaiset esineet, saattoivat saada mallisuoja. Nykyään myös päätuotteeseen kiinteästi liittyvät osat voidaan suojata. Mallioikeuslain mukaan koriste eli ornamentti katsotaan myös tuotteen osaksi mutta tällä ei laissa tarkoiteta itsenäisiä esineitä kuten koruja tai muitakaan koriste-esineitä. Mallioikeuslain koriste on esimerkiksi määrätty kuvio lautasliinoissa, tapeteissa tai kodin tekstiileissä. [Haarman 2006, 210]

Koska mallioikeus nimenomaisesti ulkomuodon suojana edellyttää konkreettista kohdetta ulkomuodon havaitsemiseksi, ei ideoita, käyttöohjeita tai liiketoimintasuunnitelmia tai asioita, joilla ei ole kiinteää muotoa kuten juomilla, voida suojata mallioikeudella. Tietokoneohjelmia ei mallioikeuslaissa pidetä tuotteina ja myös tekniset ratkaisut sellaisinaan jäävät suojapiirin ulkopuolelle. Tietokoneohjelman käyttöliittymän kuvakkeitten ja valikoiden ulkomuodot voivat kuitenkin graafisina symboleina saada suojaa [Haarman & Mansala 2007, 74]. [Oesch et al. 2005, 98]

Mallioikeudellista suojaa saava tuote voi olla teollisesti tai käsityönä valmistettu konkreettinen esine. Siten suojaa ei voi saada esimerkiksi puutarhasuunnittelijoiden tai kampaajien luomuksiin. Tuotteet voivat kuitenkin olla moniosaisia eli sellaisia, joita voidaan purkaa ja koota uudelleen, kuten kirjahyllyt tai auto osineen. [Haarman & Mansala 2007, 73]

5.2.3.3 Mallisuojan edellytykset

”Mallioikeus myönnetään, jos malli on uusi ja yksilöllinen” [MalliL 2 §]

Mallisuojaa voi siis saada vain, jos malli on uusi ja yksilöllinen. Malli on uusi, jos samanlainen malli ei ole tullut julkiseksi ennen mallioikeushakemuksen jättämistä rekisteriviranomaiselle tai etuoikeutta vaadittaessa ennen etuoikeuspäivää. Malleja pidetään samanlaisina, ”jos niiden piirteet eroavat toisistaan vain epäolennaisilta yksityiskohdiltaan” [MalliL 2 § 2 mom.] eli ovat lähes identtiset. Mallin katsotaan tulleen julkiseksi, jos ”se on julkaistu joko rekisteröintimenettelyssä tai muutoin tai se on asetettu näytteille, sitä on käytetty liiketoiminnassa tai se on muulla tavalla tullut tunnetuksi” [MalliL 3 § 1 mom.]. Se, onko julkistaminen tapahtunut vahingossa vai tietoisesti tai se kuka mallin on julkistanut, ei periaatteessa vaikuta asian arviointiin. [Haarman & Mansala 2007, 74]

Mallioikeuslain uutuusvaatimus ei kuitenkaan ole täysin ehdoton kuten patenttilaissa vaan uutuus on suhteellista. Tämä tarkoittaa, että mallin ei katsota tulleen julkiseksi, jos sen tunnetuksi tekeminen ”ei olisi kohtuudella voinut tulla Euroopan unionissa alalla toimivien tietoon tavanomaisen liiketoiminnan yhteydessä ennen rekisteröintihakemuksen tekemispäivää” [MalliL 3 § 2 mom.]. Uutuutta ei myöskään menetetä, jos se on esitelty kolmannelle henkilölle salassapitoa edellyttäen. Salassapito voi perustua sopimukseen tai kauppatapaan. [Haarman 2006, 216-217]

Moniosaisten tuotteiden suhteen on huomioitava, että saadakseen mallisuojaa on moniosaisten tuotteitten osien pysyttävä näkyvissä tavanomaisen käytön aikana ja osien näkyvien piirteiden tulee itsessään täyttää uutuuden ja yksilöllisyyden vaatimukset. Kunnossapidon, huolto- tai korjaustyön ei katsota kuuluvan tavanomaiseen käyttöön. [Haarman & Mansala 2007, 78]

Mallioikeuslain 3a §:ssä säädetään niin sanotusta ”uutuuden suoja-ajasta”, joka on kansallisessa mallisuojassamme mallioikeusdirektiivin aikaansaama kohtuullisen uusi piirre. Mallin ei katsota tulleen julkiseksi, jos malli on tullut julkiseksi 12 kuukauden aikaan ennen hakemuspäivää ”mallin luoja tai tämän antamien tietojen tai suorittamien toimenpiteiden nojalla kolmannen henkilön toimin; taikka mallin luojaan kohdistuneen väärinkäytöksen seurauksena” [MalliL 3a §]. Tämän poikkeussäännöksen perusteella mallin luoja tai häneen rinnastettava taho voi esimerkiksi testata tuotteen kaupallisuutta ja teettää tuotteesta markkinatutkimuksen menettämättä uutuutta. Myös henkilö, joka ei ole ollut mallia luodessaan ja julkistaessaan tietoinen mallin suojaamisen edellytyksenä olevasta uutuusvaatimuksesta, voi säännöksen perusteella mallinsa kuitenkin rekisteröidä. Tulee kuitenkin muistaa, ettei kaikissa maissa sovelleta tätä tai vastaavaa suoja-aikaa. Eli, jos tuotetta suunnitellaan markkinoitavan EU-maiden ulkopuolelle, on syytä tarkistaa kyseisten markkina-alueiden lainsäädäntö ennen poikkeussäännöksen hyväksikäyttämistä. [Oesch et al. 2005, 118-119]

Uutuuden lisäksi mallisuojan edellytyksenä on yksilöllisyys. ”Mallia pidetään yksilöllisenä, jos asiaan perehtyneen käyttäjän siitä saama kokonaisvaikutelma eroaa ennen rekisteröintihakemuksen tekemispäivää tai etuoikeutta vaadittaessa ennen etuoikeuspäivää tunnetuksi tulleiden mallien kokonaisvaikutelmasta. Yksilöllisyyttä arvioitaessa on otettava huomioon mallin luojaan vapaus mallin kehittämisessä” [MalliL 2 § 3 mom.].

Kun mallin yksilöllisyyttä arvioidaan, verrataan mallin eri piirteiden muodostamaa kokonaisuutta eli niistä muodostuvaa kokonaisvaikutelmaa aikaisemmin tunnetuksi tulleiden mallien kokonaisvaikutelmaan. Malli on yksilöllinen, jos nämä kokonaisvaikutelmat eroavat selvästi toisistaan. Mallia ei pidetä yksilöllisenä, jos erot kokonaisuudessa rajoittuvat kokonaisvaikutelman suhteen merkityksettömiin yksityiskohtiin. Toisaalta yksikin kokonaisvaikutelman kannalta ratkaiseva eroavuus voi aikaansaada mallin yksilöllisyyden. ”Yksilöllinen malli ilmentää itsenäistä luovaa työpanosta, vaikka siinä olisikin yhtäläisyyksiä aikaisempiin malleihin”. [Oesch et al. 2005, 106-107]

Yksilöllisyyden arvioinnissa käytetään apuna kuvitteellista henkilöä, asiaan perehtynyttä käyttäjää. Tämä fiktiivinen henkilö on samantyyppinen apuväline kuin patenttioikeuden ”alan keskitason ammattimies”. Hänellä katsotaan olevan tietoa ja ymmärrystä arvioinnin kohteena olevien tuotteitten malleista ja niiden vaihtelumahdollisuuksista. Hänen ei kuitenkaan oleteta olevan yhtä perehtynyt kyseiseen alaan kuin sillä toimiva suunnittelija. [Haarman 2006, 219]

Yksilöllisyyttä arvioitaessa on huomattava, että arviointiperusteiden ei tule olla samat kaikilla aloilla. Ne voivat vaihdella teollisuuden aloittain ja tavaralajeittain. Vaikka tavanomaiset geometriset kuviot ja muut yksinkertaiset muodot eivät useimmiten täytä yksilöllisyyden vaatimusta, niin joissain tapauksissa esineen käyttötarkoitus pakottaa suunnittelijan käyttämään geometrisiä perusmuotoja. Näissä tapauksissa pienetkin eroavuudet voivat aikaansaada yksilöllisyyden, koska vaihtelumahdollisuudet ovat jo lähtökohtaisesti rajoitetut. [Haarman & Mansala 2007, 77]

5.2.3.4 Rekisteröinnin esteet

Mallioikeuslaissa määritetään kaksi ehdotonta estettä rekisteröinnille. Mallia ei rekisteröidä, jos:

1. se on yleisen järjestyksen tai hyvien tapojen vastainen; tai
2. se on samanlainen kuin aikaisempi malli, joka on tullut julkiseksi rekisteröintihakemuksen tekemispäivän jälkeen tai etuoikeutta vaadittaessa etuoikeuspäivän jälkeen ja joka on suojattu edellä mainittua aikaisemmasta päivästä

lukien Suomea koskevana rekisteröitynä mallina tai tätä tarkoittavana hakemuksena.

[MalliL 4 §]

Jälkimmäisen ehdottoman esteen yhteydessä puhutaan niin sanotusta ”salaisesta estemallista” eli mallista, joka myöhemmän samanlaisen mallin hakemuspäivänä tai etuoikeuspäivänä oli vielä salainen mutta tulee myöhemmin julkiseksi. Tämä säännös koskee Suomen mallioikeuslain mukaisten hakemusten ja rekisteröintien lisäksi yhteisömallihakemuksia ja -rekisteröintejä. Huomattavaa on, että aikaisempi salainen patentti- tai hyödyllisyysmallihakemus, josta samanlainen malli ilmenee, ei muodosta estettä rekisteröinnille. [Oesch et al. 2005, 121]

Rekisteröinnille on olemassa este myös sellaisissa tapauksissa, joissa malliin on otettu jokin elementti tai osa ilman asianomaisen oikeuden haltijan lupaa. Näissä tapauksissa este poistuu, jos kyseinen lupa saadaan. Mallioikeuslaissa on lueteltu viisi er tapausta, joissa tällainen niin sanottu relatiivinen este voi tulla kysymykseen. [Haarman 2006, 220-221]

1. Valtion, kunnan tai kansainvälisen, valtioiden keskeisen järjestön vaakuna, lippu tai muu tunnuskuva, nimitys tai nimen lyhennys, taikka kuvio, nimitys tai nimen lyhennys, jos se on sekoitettavissa tällaiseen tunnuskuvaan, merkkiin, nimitykseen tai nimen lyhennykseen;
2. rekisteröitävän mallin käyttökohteina olevia tai niiden kaltaisia tavaroita koskeva virallinen tarkastus- tai takumerkki taikka tarkastus- tai takuuleima;
3. sellaista, joka voi aiheuttaa käsityksen, että kysymys on toisen toiminimestä tai toiselle Suomessa elinkeinotoiminnassa vakiinnutetusta tunnusmerkistä, tavaramerkistä taikka toisen sukunimestä, taiteilijanimestä tai vastaavanlaisesta nimestä taikka toisen muotokuvasta, jollei nimi tai muotokuva ilmeisesti tarkoita jotakin kauan sitten kuollutta henkilöä;
4. sellaista, joka voi aiheuttaa käsityksen, että kysymys on toisen suojatun kirjallisen tai taiteellisen teoksen nimestä, mikäli nimi on omaperäinen, tai sellaista, joka loukkaa toisen tekijänoikeutta sanotunlaiseen teokseen tai oikeutta valokuvaan;
5. sellaista, joka eroaa vain epäolennaisesti Suomessa toiselle rekisteröidystä mallista tai hyödyllisyysmallista. [MalliL 4a §]

Näistä tapauksista viimeiseksi luetellussa estetään niin sanotun riippuvuusmallin tai -suhteen syntyminen. Mallia, johon on sisällytetty jokin aikaisemmin rekisteröity malli esimerkiksi koristeeksi, ei voida rekisteröidä ilman tämän aiemmin rekisteröidyn mallin oikeuksien haltijan lupaa. Kun lupa mahdollisesti saadaan, rekisteröitävän uuden mallin suoja on kokonaan riippumaton aiemmasta eli täysin itsenäinen. [Haarman 2006, 221]

Mallioikeuslain 4b §:ssä säädetään vielä tietyistä mallin ulkomuodon piirteistä, jotka eivät missään tapauksessa voi saada suojaa:

- ulkomuodon piirteet, jotka määräytyvät ainoastaan tuotteen teknisen käyttötarkoituksen mukaan; tai
- jotka on toisinnettava tarkalleen saman muotoisina ja kokoisina, jotta mallin sisältämä tuote voitaisiin mekaanisesti liittää toiseen tuotteeseen tai asentaa siihen, sen ympärille tai sitä vasten siten, että kumpikin tuote toimii tarkoitetulla tavalla.

Koska mallioikeudella halutaan suojata luovan työn tuloksena syntynyttä ulkomuotoa, ei suojaa haluta antaa sellaisille malleille tai mallin piirteille, joilla ei teknisen käyttötarkoituksensa johdosta ole muotoilullisia vaihtoehtoja ja jotka siis määräytyvät muun kuin luovan työn tuloksena. Suojaa eivät myöskään voi saada piirteet, jotka liittyvät niin sanottujen ”must fit”-tuotteiden (pakko sopia yhteen jonkin muun kanssa) liitososiin tai -pintoihin. Tällä halutaan vapauttaa varaosien kauppaa kilpailulle ja varmistaa, ettei kuluttajaa sidota täydellisesti yhden valmistajan myymiin varaosiin. Mallioikeuslain niin sanotussa ”Lego-pykälässä” (4b § 2. mom.) kuitenkin säädetään poikkeuksen poikkeuksena mahdollisuudesta myötää mallisuoja ”sellaiselle mallille, joka sallii keskenään vaihdettavissa olevien tuotteiden monenlaisen kokoamisen tai liittämisen rakenne-yksiköistä muodostuvaksi kokonaisuudeksi”. Tällä halutaan taata mahdollisuus mallisuojaan myös moduuleista koostuvien tuotteitten valmistajille. [Haarman & Mansala 2007, 79-80]

5.2.3.5 Mallioikeuden sisältö

”Mallioikeus sisältää jäljempänä säädetyin poikkeuksin sen, ettei muu kuin mallioikeuden haltija ilman tämän lupaa saa käyttää hyväkseen mallia. Mallin hyväksikäyttämistä on muun muassa mallin mukaisen tai sen sisältävän tuotteen valmistaminen, tarjoaminen, markkinoille saattaminen, käyttäminen, maahantuonti, maastavienti taikka varastoiminen näihin tarkoituksiin.” [MalliL 5 §]

Mallioikeuden haltijalla on siis yksinoikeus käyttää mallia ja estää muita käyttämästä sitä ilman hänen lupaansa. Yksinoikeus mallin hyväksikäyttöön sisältää ennen kaikkea ammattimaisen hyväksikäytön [Haarman 2006, 224]. Käyttöoikeus mallin hyödyntämiseen ei kuitenkaan ole absoluuttinen vaan se saattaa edellyttää esimerkiksi turvallisuuteen tai terveyteen liittyviä viranomaislupia. Lain luetteloa hyväksikäyttämisen eri muodoista ei tule nähdä tyhjentävänä. [Oesch et al. 2005, 130]

Mallioikeuslain 5b §:n mukaan mallioikeus ei käsitä:

1. mallin yksityistä käyttöä, jolla ei ole kaupallista tarkoitusta,
2. mallin käyttöä kokeellisiin tarkoituksiin eikä
3. toimia, joiden tarkoituksena on toisintaa malli lainausten ottamiseksi tai opetus-tarkoituksiin edellyttäen, että toimet ovat hyvän kauppataavan mukaisia, että ne eivät aiheettomasti haittaa mallin tavanomaista käyttöä ja että lähde mainitaan.

Lisäksi MalliL 5b §:n 2 momentissa säädetään, ”ettei mallioikeus käsitä tilapäisesti maahan tulleissa rekisteröidyissä aluksissa ja ilma-aluksissa olevia varusteita, tällaisten alusten korjausta varten maahan tuotuja varaosia ja tarvikkeita eikä näiden alusten korjaamista.”

Mallioikeus konsumoituu eli raukeaa alueellisesti Euroopan talousalueen laajuisesti, kun mallin perusteella valmistettu tuote lasketaan haltijan toimesta tai hänen suostumuksellaan liikkeelle. Suomessa rekisteröityä mallioikeutta voi rajoittaa patenttilain kaltainen toisen ennakkokäyttöoikeus ja sellaisen vilpittömässä mielessä olleen oikeus, jonka rekisteröinti julistetaan menetetyksi tai joka on ryhtynyt käytön kannalta oleellisiin toimenpiteisiin [MalliL 32 § 2 mom.]. Pakkolupa voidaan määrätä vain, jos samaa mallia on käytetty vilpittömässä mielessä uuden mallin hakemusasiakirjojen tullessa julkisiksi. [Haarman 2006, 224-225]

5.2.4 Tavaramerkki ja verkkotunnus

5.2.4.1 Suomalainen, kansainvälinen ja Euroopan yhteisön tavaramerkki

Suomessa tavaramerkkisuojan voi saada kolmella tavalla:

1. vakiinnuttamalla
2. rekisteröimällä kansallisen tavaramerkin
3. rekisteröimällä yhteisön tavaramerkin

Kansallisena rekisteröintiviranomaisena toimii PRH ja yhteisötavaramerkin kohdalla OHIM.

Lisäksi suomalaisella henkilöllä ja yrityksellä on mahdollisuus hakea niin sanotun kansainvälisen tavaramerkin rekisteröintiä yhdellä hakemuksella ja yhdellä kertaa useassa Madridin pöytäkirjan jäsenvaltiossa. Hakemus johtaa kansallisiin rekisteröinteihin niissä maissa, mitkä hakemuksessa on nimetty. Lopputuloksena on sama suoja kaikissa valituissa maissa kuin jos tavaramerkki olisi rekisteröity kansallisesti jokaisessa näistä maista.

Rekisteriviranomainen kansainvälisessä hakumenettelyssä on WIPO mutta Suomessa PRH huolehtii rekisteröinnin tehtävistä.

Keskitymme jatkossa työn rajauksien mukaisesti Suomen kansalliseen tavaramerkkioikeuteen.

5.2.4.2 Tavaramerkkisuojan kohde

”Tavaramerkkinä voi olla mikä tahansa merkki, joka voidaan esittää graafisesti ja jonka avulla voidaan erottaa elinkeinotoiminnassa liikkeeseen lasketut tavarat toisten tavaroista. Tavaramerkkinä voi olla erityisesti sana mukaan lukien henkilönnimi, kuvio, kirjain, numero taikka tavarat tai sen päällyksen muoto. Mitä tässä laissa säädetään tavaroista, on vastaavasti voimassa palveluista.” [TMerkkiL 1 §]

Tavaramerkki on siis elinkeinonharjoittajan erityinen tunnusmerkki hänen myymiensä tavaroiden tai tarjoamiensa palveluiden erottamiseksi toisten tavaroista. Tavaramerkki voi olla muun muassa tavarat valmistajan, tukku- tai vähittäismyyjän tai maahantuojaan käyttämä tunnus. Palveluiden tarjoajien tavaramerkit eli niin sanotut palvelumerkit voivat olla esimerkiksi hotellien, matkatoimistojen ja pankkien käyttämät merkit. [Haarman & Mansala 2007, 40]

Tavaramerkit voivat olla tyypeiltään hyvin erilaisia. Vakiinnuttamalla syntyvien tunnusmerkkien tyyppeihin tavaramerkkilaki ei ota kantaa mutta rekisteriin merkittäviltä tunnusmerkeiltä edellytetään, että ne voidaan esittää graafisesti. Rekisteriin merkittävä tunnusmerkki voi olla millainen tahansa merkki, joka voidaan esittää graafisesti ja jonka avulla elinkeinonharjoittajan tavarat voidaan erottaa muitten tavaroista. Tavaramerkit voivat olla esimerkiksi kuvio-, sana- tai kirjainmerkkejä sekä kuviosta ja sanasta muodostuvia yhdistelmämerkkejä. Tavaramerkkinä voidaan rekisteröidä myös tavarat päällys eli pakkaus ja muoto. Muita mahdollisesti rekisteröitäviä tunnusmerkkejä voivat olla esimerkiksi värit ja väriyhdistelmät, äänet, iskulauseet, ravintolan sisustukset ja henkilökunnan asut. Jokainen saa myös käyttää tavaroidensa tunnusmerkkinä elinkeinotoiminnassa omaa sukunimeään, osoitettaan, toiminimeään, aputoiminimeään ja toissijaista tunnustaan [TMerkkiL 3 § 1 ja 2 mom.]. [Haarman 2006, 246-248]

5.2.4.3 Rekisteröinnin edellytykset

Jotta tavaramerkki voitaisiin rekisteröidä tulee sen olla erottamiskykyinen [TMerkkiL 13 §], ei saa olla olemassa rekisteröintiestettä ja sen tulee olla sellainen (yllä käsitelty) tunnusmerkki,

joka ylipäänsä on rekisteröitävissä. [Haarman 2006, 257]

Tunnusmerkiltä puuttuu erottamiskyky muun muassa, jos se on sana, joka tarkoittaa tai kuvaa asianomaista tavaraa. ”Erottamiskykyisiä ovat puolestaan sanat, jotka ovat keksittyjä tavaroiden nimityksiä eli niin sanotut fantasianimitykset samoin kuin sellaiset yleiskielen sanat, joita käytetään semanttisesti poikkeavassa merkityksessä.” Näistä esitetään usein esimerkkeinä KODAK keksittynä nimityksenä kameroille ja SISU semanttisesti poikkeavassa yhteydessä kuorma-auton tavaramerkkinä. Erottamiskyvyn vaatimuksen johdosta myös tavanomaiset geometriset muodot jäävät rekisteröinnin ulkopuolelle. [Haarman & Mansala 2007, 43]

Tavaramerkkilain 14 §:ssä luetellaan rekisteröintiesteet. Ehdottomia esteitä rekisteröinnille ovat:

1. merkki on lain, yleisen järjestyksen tai hyvän tavan vastainen ja
2. merkki on omiaan johtamaan yleisöä harhaan.

Harhaanjohtava tunnusmerkki voi olla esimerkiksi silloin, jos se pyrkii antamaan väärän kuvan tuotteen ominaisuuksista tai maantieteellisestä alkuperästä [Haarman 2006, 269].

Niin sanotut suostumuksenvaraiset esteet poistuvat, jos se, jonka intressissä este on säädetty, suostuu rekisteröintiin. Näitä ovat seuraavat:

1. merkkiin on ilman asianomaisen lupaa otettu valtion tai kunnan vaakuna, virallinen tarkastusmerkki tai muu sellainen virallinen kuvio tai nimitys taikka sellainen kuvio, nimitys tai nimen lyhennys, joka on sekoitettavissa edellä mainittuun viralliseen merkkiin, leimaan, nimitykseen ja muuhun vastaavaan
2. merkki muodostuu jostakin, joka on omiaan aiheuttamaan käsityksen, että kysymys on toisen suojatusta toiminimestä, aputoiminimestä tai toissijaisesta tunnuksesta taikka toisen nimestä tai muotokuvasta, jollei nimi tai muotokuva ilmeisesti tarkoita jotakuta kauan sitten kuollutta
3. merkki muodostuu jostakin, joka loukkaa toisen tekijänoikeutta, oikeutta valokuvaan tai suojattuun malliin taikka sisältää toisen suojatun teoksen erikoislaatuisen nimen
4. merkki on sekoitettavissa toisen elinkeinonharjoittajan nimeen, suojattuun toiminimeen, aputoiminimeen tai toissijaiseen tunnukseen taikka toisen rekisteröityyn tai vakiinnutettuun tavaramerkkiin
5. merkki on sekoitettavissa sellaiseen tavaratunnuksimerkkiin, jota toinen käytti hakemusta tehtäessä, mistä hakija oli tietoinen eikä itse ollut käyttänyt merkkiään ennen kuin tuota toista merkkiä ryhdyttiin käyttämään
6. merkki on sekoitettavissa Suomessa voimassa olevaan kansainvälisen rekisteröinnin

suojaamaan tavaramerkkiin

7. merkki on sekoitettavissa aikaisemmasta hakemuksesta rekisteröityyn yhteisön tavaramerkkiin
8. merkki on sekoitettavissa rekisteröityyn kasvilajikkeen lajikenimeen taikka
9. rekisteröinnille on maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden maantieteellisten merkintöjen ja alkuperänimitysten suojaan perustuva este. [TMerkkiL 14 § ja Haarman 2006, 270-271]

5.2.4.4 Suojan sisältö

”Oikeus tavaratunnuksmerkkiin sisältää sen, että elinkeinotoiminnassa kukaan muu kuin merkin haltija ei saa tavarotensa tunnuksena käyttää siihen sekoitettavissa olevaa merkkiä tavarassa tai sen päällyksessä, mainonnassa tai liikeasiakirjassa tai muulla tavalla, siihen luettuna myös suullinen käyttäminen” [TMerkkiL 4 §].

Tavaramerkin haltijalla on siis oikeus kieltää muita käyttämästä hänen tavaramerkkiään tai siihen sekoitettavissa olevaa tunnusmerkkiä. Aiemmin katsottiin, että toisen rekisteröidyn tai vakiinnutetun tunnuksen ”tavaramerkinomainen” käyttö oli kiellettävissä, mutta etenkin EY-tuomioistuimen ratkaisujen perusteella katsotaan tavaramerkin muunlainenkin käyttö kuuluvan yksinoikeuden haltijan kielto-oikeuden piiriin, jos se tapahtuu elinkeinotoiminnassa ja vahingoittaa tavaramerkin tehtävää. [Haarman & Mansala 2007, 46]

Tavaramerkkisuojan sisällön ja ulottuvuuden kannalta ”sekoitettavuudella” on keskeinen merkitys.

”Merkit ovat tavaramerkkilain mukaan toisiinsa sekoitettavissa, kun ne sinänsä ovat vaarassa sekoittua toisiinsa ja tarkoittavat samoja tai samankaltaisia tavaroita. Identtisetkään merkit, jotka eivät tarkoita samankaltaisia tavaroita, eivät siis ole tavaramerkkioikeudellisesti sekoitettavissa.” Niin sanotun traditionaalisen sekoitettavuusopin mukaan sekoitettavuus tulee kysymykseen silloin ja vain silloin, kun merkit antavat väärän kuvan niihin liittyvien tavaroiden tai palveluiden kaupallisesta alkuperästä. Ratkaisevaa sekoitettavuusarvioinnissa on merkkien kokonaisvaikutelma asianomaisissa kuluttaja- tai elinkeinonharjoittajapiireissä. Sekoitettavuutta arvioidaan ainoastaan suhteessa jonkun toisen elinkeinotoiminnassaan käyttämään merkkiin. Tavaramerkin haltija voi vapaasti rekisteröidä omaan käyttöönsä toisiinsa sekoitettavia tunnusmerkkejä. [Haarman 2006, 282-283]

Kun tavaramerkin haltija tai joku toinen hänen suostumuksellaan saattaa kyseisellä merkillä varustetut tuotteet vaihdantaan, yksinoikeus konsumoituu eli raukeaa. Raukeaminen tapahtuu

EY-tuomioistuimen linjausten mukaisesti Euroopan talousalueen laajuudella. [Haarman & Mansala 2007, 50]

Tavaramerkin rekisteröiminen ja vakiinnuttaminen ovat yhtä vahvoja oikeusperusteena. Kollisiotilanteessa oikeutensa vanhempaan perusteeseen vetoajalla on etusija ottaen huomioon kaksi poikkeusta [Haarman & Mansala 2007, 51]:

Vaikka rekisteröity tavaramerkki, jota on käytetty tässä maassa yhtäjaksoisesti viiden vuoden ajan, on sekoitettavissa aikaisempaan rekisteröityyn tai vakiintuneeseen merkkiin, myöhemmän merkin käyttämistä ei saa kieltää, jos rekisteröintiä on haettu vilpittömässä mielessä ja aikaisemman merkin haltija on ollut tietoinen merkin käytöstä sanotun ajan (niin sanottu preklusiosääntö) [TMerkkiL 8 §].

Jos vakiintunut tavaramerkki on sekoitettavissa toisen aikaisemmin rekisteröityyn tai vakiintuneeseen tavaramerkkiin eikä aikaisemman merkin haltija ole kohtuullisessa ajassa ryhtynyt toimiin myöhemmän merkin käytön estämiseksi, älköön hänellä enää olko valtaa kieltää sen käyttämistä. (niin sanottu passiviteettisääntö) [TMerkkiL 9 §].

Verkkotunnukset

Verkkotunnuslain mukaan verkkotunnuksella tarkoitetaan kirjaimista, numeroista tai muista merkeistä taikka niiden yhdistelmästä muodostuvan Internet-tietoverkon nimimuotoista firmaatunnuksen tai ax-maakuntatunnuksen alaista toisen asteen osoitetietoa [VTunnusL 3 §].

Verkkotunnus voi olla mikä tahansa 2-63 merkin yhdistelmä, jossa voi olla kirjaimet a–z, numerot 0-9 ja väliviiva (-). Verkkotunnuksen ei tarvitse olla hakijan tavaramerkki tai toiminimi mutta se ei saa myöskään oikeudettomasti perustua toisen suojattuun tavaramerkkiin tai nimeen. Rekisteröidyn tavaramerkin ja toiminimen haltijalla on luonnollisesti oikeus käyttää merkkiään verkkotunnuksena. Oikeus ei kuitenkaan ole ehdoton tai mitenkään itsestään selvä. Ongelmia syntyy muun muassa sen vuoksi, että tavaramerkki on alueellinen mutta verkkotunnus on globaali – eri tavaralajien tapauksessa identtinen tavaramerkki voi olla useammalla jopa samalla maantieteellisellä alueella mutta tiettyä verkkotunnusta voi maailmanlaajuisesti olla vain yksi [Haarman 2006, 302]. [Haarman & Mansala 2007, 53]

Verkkotunnuksen sisällölle on asetettu joitakin rajoituksia. Verkkotunnuksena ei rekisteröidä:

- yritys-, säätio- tai yhteisömuotoa osoittavaa sanaa tai lyhennettä
- maailmanlaajuisista verkkotunnuspäätettä (corn, net jne.)

- maatunnuksia (de, se, dk jne.)
- sanaa "tavaramerkki" tai
- loukkaavia ja/tai rikolliseen toimintaan kehottavia ilmaisuja.

Yritys tai yhteisö voi hakea etu- ja sukunimestä muodostuvaa verkkotunnusta ainoastaan, jos nimi sisältyy kokonaisuudessaan sen rekisteröityyn nimeen. Yksityishenkilö voi hakea etunimen ja sukunimen yhdistelmää verkkotunnukseksi, mikäli hän on itse samanniminen. [Haarman & Mansala 2007, 54]

5.3 Tuotekonsepti ja tekijänoikeudet

5.3.1 Tekijänoikeudesta ja tuotekonseptista

Kokonaan riippumatta siitä, pyritäänkö tuotekonseptoinnin tuloksena syntyneitä tuotekonsepteja suojaamaan teollisilla immateriaalioikeuksilla vai ei, on mahdollista, että niihin on joiltakin osin syntynyt tekijänoikeudellisia immateriaalioikeuksia. Tekijänoikeussuojan syntyminen ei edellytä mitään erityisiä toimenpiteitä, sillä se syntyy täysin automaattisesti samalla hetkellä, kun sen kohde, teos, luodaan, jos tekijänoikeuden teokselta edellyttämät ominaisuudet, itsenäisyys ja omaperäisyys, toteutuvat. Tuotekonseptin tapauksessa suoja voi syntyä lähinnä hahmotellun tuotteen ulkomuotoon eli muotoiluun liittyen. Jos tuotekonseptin muotoilu on tekijänoikeudellisesti katsoen riittävän itsenäinen ja omaperäinen, se saa suojaa tekijänoikeudellisenä teoksena. Myös tuotekonseptoinnissa syntyvä suunnittelumateriaali ja -dokumentaatio sekä valmiin tuotekonseptin esittelyä varten tuotetut visualisoinnit saavat mitä todennäköisimmin tekijänoikeussuojaa.

”Sillä, joka on luonut kirjallisen tai taiteellisen teoksen, on tekijänoikeus teokseen” [TekijäL 1 §]. Tekijänoikeus suojaa siis kirjallisia ja taiteellisia teoksia, joita voivat tekijänoikeuslain teostyyppilistan mukaan olla muun muassa näyttämö- ja elokuvateokset, valokuvateokset, rakennustaiteen, taidekäsityön ja taideteollisuuden tuotteet sekä kirjallisista teoksista muutkin kuin kaunokirjalliset teokset. Lähes kaikki muutkin teokset, jotka ovat kirjallisia tai taiteellisia sekä riittävän itsenäisiä ja omaperäisiä, saavat suojaa. Suojan ulkopuolelle jäävät lähinnä lait, asetukset, valtiosopimukset ja vastaavat asiakirjat, vaikka ne olisivatkin itsenäisiä ja omaperäisiä. [TekijäL 1 ja 9 §]

Tekijänoikeudellisen suojan edellytyksenä on se, että teos on itsenäinen ja omaperäinen. Tätä edellytystä ei tosin nimenomaisesti mainita laissa vaan se perustuu kansainväliseen

tekijänoikeudelliseen traditioon. Jos joku vain jäljittelee muiden teoksia, ei lopputulos ole itsenäinen. Omaperäisyyttä kuvataan usein sillä, että kukaan muu ei olisi luonut samanlaista teosta, jos olisi vastaavaan työhön ryhtynyt. Itsenäisyyden ja omaperäisyyden vaatimuksien täytyessä sanotaan yleisesti teoskynnyksen ylittyneen tai, että on ylletty teostasoon. Taiteelliselta tasoltaan huono teos saa saman suojan kuin hyväkin eli teostasolla ei mitata taiteellisuutta vaan ainoastaan itsenäisyyttä ja omaperäisyyttä. [Haarman & Mansala 2007, 82]

Teoskynnyksen korkeus ei kuitenkaan ole kaikille teoksille yhtä korkealla vaan se vaihtelee teostyypeittäin. Se on tyypillisesti matala kaunokirjallisten teosten, sävellysten ja kuvataiteen kohdalla mutta nousee sitä korkeammalle, mitä kauemmaksi edetään näistä niin sanottuun tekijänoikeuden ydinalueeseen kuuluvista teostyypeistä. Esimerkiksi juuri tekijänoikeudellisen mallisuojan kohdalla teoskynnys on suhteellisen korkealla, koska ei haluta rajoittaa yleensä käyttötavaroiksi suunniteltujen tuotteitten kilpailua pitkään voimassa olevalla (70 vuotta tekijän kuolemasta) tekijänoikeussuojalla ja koska on olemassa mahdollisuus suojata tuotteet mallioikeuden avulla. [Haarman & Mansala 2007, 83]

Usein sanotaan, että tekijänoikeus on teoksen muodon suojaa, koska teoksen perusidea, aihe ja motiivi jäävät suojan ulkopuolelle. Tekijänoikeus ei myöskään anna suojaa esimerkiksi niille periaatteille tai algoritmeille, mille tietokoneohjelma rakentuu, tai teorioille, tiedoille, tutkimustyön tuloksille tai keksinnöille. Tekijänoikeus kuitenkin suojaa muodon myös muutettuna eli esimerkiksi, jos romaanista tehdään elokuva. Tekijänoikeus syntyy aina fyysiselle henkilölle, tekijälle, koska vain ihminen voi luoda teoksen. Jos teos on syntynyt useamman henkilön yhteistyönä puhutaan yhteisteoksesta. [Haarman & Mansala 2007, 83]

Tekijänoikeus sisältää sekä taloudellisia että niin sanottuja moraalisia oikeuksia. ”Moraalisista oikeuksista merkittävimmät ovat isyysoikeus eli oikeus tulla mainituksi tekijänä ja respektioikeus eli kielto muuttaa teosta tai esittää sitä tekijää loukkaavalla tavalla tai yhteydessä. Taloudellisiin oikeuksiin kuuluvat kaikki tavat hyödyntää teoksia taloudellisesti.” On huomattava, että tekijänoikeus ei ole sidoksissa teoskappaleen omistusoikeuteen. Teoskappaleen luovutus ei tarkoita, että tekijänoikeuden haltija samalla luovuttaisi tekijänoikeuden teokseen. Toisaalta, kun tekijänoikeuden haltija on teoskappaleen kerran luovuttanut, ei hänellä ole oikeutta puuttua tämän kappaleen eelleenluovutuksiin. [Mansala 2007, 595]

Tekijänoikeus tuottaa tietyin rajoituksin tekijälleen tai sille, jolle hän on oikeutensa siirtänyt, yksinomaisen oikeuden määrätä teoksesta valmistamalla siitä kappaleita ja saattamalla se yleisön saataviin. ”Kappaleen valmistamisena pidetään sen valmistamista kokonaan tai osittain, suoraan tai välillisesti, tilapäisesti tai pysyvästi sekä millä keinolla ja missä muodossa tahansa.

Kappaleen valmistamisena pidetään myös teoksen siirtämistä laitteeseen, jolla se voidaan toisintaa.” Yleisön saataviin on teos saatettu kun:

1. ”se välitetään yleisölle johtimitse tai johtimitta, mihin sisältyy myös teoksen välittäminen siten, että yleisöön kuuluvilla henkilöillä on mahdollisuus saada teos saataviinsa itse valitsemastaan paikasta ja itse valitsemanaan aikana;
2. se esitetään julkisesti esitystapahtumassa läsnä olevalle yleisölle;
3. sen kappale tarjotaan myytäväksi, vuokrattavaksi tai lainattavaksi taikka sitä muutoin levitetään yleisön keskuuteen; taikka
4. sitä näytetään julkisesti teknistä apuvälinettä käyttämättä.”

Jos teos esitetään tai välitetään ansiotoiminnassa suurehkolle suljetulle piirille, niin tätä pidetään myös julkisena esittämisenä ja yleisölle välittämisenä. [TekijäL 2 §]

5.3.2 Muotoilun tekijänoikeudellinen suoja

”Sen estämättä, että teos on rekisteröity mallina siten kuin siitä on erikseen säädetty, voi sen tekijällä olla siihen tähän lakiin perustuva tekijänoikeus” [TekijäL 10 §].

Se, että tekijänoikeussuojan on katsottu syntyneen muotoilutyön tuloksille eli taideteollisille (tai taidekäsitteille) tuotteille, ei Suomessa ole ollut itsestään selvää mutta ei mahdotontakaan. ” Kysymys on yksi immateriaalioikeuden vaikeimpia sekä teoriassa että käytännössä. Toisaalta käyttöesineiden suojaaminen tekijänoikeudella on tarpeellista, toisaalta on otettava huomioon toivottavan kilpailun intressit. Yksittäistapauksissa ratkaisut ovat tiivistyneet omaperäisyyden puolesta ja vastaan puhuviin tekijöihin sellaisina kuin tuomioistuimet tai muut ratkaisuelimet ovat ne nähneet ja perustelleet.” [Oesch et al. 2005, 44]

Se, että teoskynnys on taideteollisuuden tuotteitten, eli niin sanotun käyttötaiteen, kohdalla asettunut suhteellisen korkealle, on alunperin voinut johtua siitä, että tekijänoikeuden nähtiin luontevammin suojaavan niin sanotun puhtaan taiteen kuin käyttötaiteen tuloksia. Nykyään teoskynnyksen korkeuteen vaikuttaa tämä alunperin syntynyt traditio ja teollisoikeudellisen mallioikeuden olemassaolo. Katsotaan, että teoskynnyksen alentaminen vähentäisi toivottavaa kilpailua ennen kaikkea tekijänoikeuden mallioikeutta paljon pidemmän suoja-ajan johdosta. Lisäksi, jos teoskynnystä alennettaisiin käyttötaiteen tuotteitten osalta, tulisi todennäköisemmäksi, että niin sanotut kaksoisluomisen tapaukset lisääntyisivät, koska käyttötaiteen puolella esineiden käyttötarkoitus ja muotikin määräävät hyvin pitkälle tuotteitten muodon. [Haarman 2005, 87]

Vaikuttaisi kuitenkin siltä, että Suomessa vallinnut linja pitää muotoilun teoskynnystä suhteellisen korkealla, olisi aivan viimeaikaisen käytännön valossa hieman lievenemässä. Jatkossa saattaa tekijänoikeussuojan saaminen olla jonkun verran helpompaa, jos suojaa haluava vain pystyy osoittamaan teoksessaan olevan edes joitakin yksilöllisiä elementtejä. Koska tekijänoikeussuojan saaminen on joka tapauksessa enemmän tai vähemmän epävarmaa, ei suomalaisen teollisuuden piirissä katsota olevan syytä luottaa pelkästään tähän mahdollisuuteen. Tämän takia käyttöesineille, joiden muotoiluun panostetaan, yleensä haetaan teollisoikeudellista mallisuoja. [Oesch et al. 2005, 44]

5.3.3 Muut tuotekonseptointiin liittyvät tekijänoikeudet

Konseptointiprosessin aikana syntyy tyypillisesti paljon erilaista suunnittelumateriaalia kuten kirjallista dokumentaatiota, luonnoksia, piirustuksia, kaavioita, 3-ulotteisia malleja ja jopa tuotteen fyysisiä prototyyppejä. Lisäksi valmiin tuotekonseptin esittelemiseksi tuotetaan siitä yleensä varsin korkeatasoisia visuaalisia havainnekuvia ja sen käyttösimulaatioina mahdollisesti 3-ulotteisia animaatioita tai vähintään sarjakuvamaisia käyttöskenaarioita. Kun konseptoinnissa on kyseessä hyvin luovasta prosessista ja tuotekonseptitkin ovat useimmiten perusluonteeltaan varsin pitkälle tavanomaisuutta kaihtavia, on hyvin todennäköistä, että tuotettu suunnittelu- ja esittelymateriaali on suhteellisen omaperäistä ja itsenäistä.

Tämän työn tavoitteitten kannalta ei ole syytä syventyä kovin pitkälle siihen, saavatko nämä konseptoinnin työprosessiin liittyvät eri tyyppiset suunnittelu- ja esittelymateriaalit missäkin tapauksessa tekijänoikeudellista suojaa vai eivät. Todettakoon kuitenkin, että kirjallisuudessa on esitetty näkemyksiä sen puolesta, että teoksen luonnokset saavat suojaa siinä tapauksessa, että teoskynnys ylittyy [Haarman 1989, 22 ja 30 sekä Kivimäki 1966, 20 ja 144].

On huomattava, että tekijänoikeus syntyy aina luonnolliselle henkilölle eli esimerkiksi esittelymateriaalien kohdalla niille henkilöille, jotka tosiasiallisesti ne ovat piirtäneet tai muulla tavalla luoneet. Erityisesti niissä tapauksissa, missä konseptointiprojektissa on mukana yrityksen ulkopuolisia tahoja ja henkilöitä, tulee varmistaa, että tarvittavat oikeudet siirtyvät riittävässä laajuudessa yritykselle. Yrityksen omille työntekijöille työsuhteessa syntyvistä tekijänoikeuksista yleensä sovitaan jo työsopimuksen yhteydessä.

5.4 Immateriaalioikeuksien hyödyntämisestä

5.4.1 Yleistä

Yritykset hyödyntävät ja käyttävät immateriaalioikeuksia hyvin eri tavoin. Tyypillisimpiä tapoja ovat oman liiketoiminnan suojaaminen markkinoilla kilpailijoiden liian aggressiiviselta toiminnalta ja esimerkiksi jonkun toisen hallitseman keksinnön tai tavaramerkin lisensoiminen osaksi omaa liiketoimintaa. Yritys voi myös lisensoida omia oikeuksiaan tai käyttää niitä vakuuksina. Jos yritykselle on kertynyt vahva patenttisalkku, katsotaan yrityksen arvon yleensä olevan tavanomaista korkeampi mahdollisissa yrityskaupoissa tai ulkopuolista rahoitusta haettaessa. Immateriaalioikeuksien käytöstä ja mahdollisesta siirtymisestä joudutaan yleensä myös sopimaan, kun yritys palkkaa työntekijöitä, tekee yhteistyötä erilaisten ulkopuolisten tahojen kanssa tai kun tilataan toimeksiantoja tai toimitetaan niitä. Omassa toiminnassaan yrityksen on myös jatkuvasti huolehdittava siitä, ettei se loukkaa kenenkään toisen immateriaalioikeuksia.

”Immateriaalioikeuksien yhteisenä merkittävänä piirteenä on, että ne syntyvät aina luonnolliselle henkilölle eli sille, joka on tehnyt keksinnön, luonut mallin tai teoksen” [Mansala 2007, 595]. Eli ne eivät alunperin synny yritykselle eivätkä yksioikoisesti välttämättä edes siirry sille, vaikka olisi kysymys yrityksen omasta henkilöstöstä. Eli samoin, kuin aiemmin jo todettiin tekijänoikeuksien kohdalla, tulee yrityksen sopimuksin (omien työntekijöitten kohdalla yleensä työsopimuksessa) varmistaa, että erilaisissa yhteistyö- ja toimeksiantosuhteissa immateriaalioikeuksien käyttöoikeudet ja mahdollinen siirtyminen yritykselle on huomioitu tarkoituksenmukaisesti ja riittävässä laajuudessa.

Immateriaalioikeuksien käyttö ja siirtyminen edellyttää useimmissa tapauksissa nimenomaista sopimusta. Poikkeuksina edelliseen tietokoneohjelmien oikeudet siirtyvät TekijäL 40b §:n mukaan työnantajalle, kun ohjelma on luotu täyttäessä työsuhteesta johtuvia tehtäviä. Työsuhde- ja korkeakoulueksinnöistä on olemassa omat lakinsa ja joissakin tapauksissa alalla pitkään vallinneet käytännöt, eli niin sanottu ”maan tapa”, voivat aikaansaada käyttöoikeuden tai siirtymisen ilman erillistä sopimusta. [Mansala 2007, 595-597]

5.4.2 Immateriaalioikeudet työsuhteessa sekä korkeakoulueksintö

Työntekijän työsuhteessa tekemien patentoitavissa olevien keksintöjen oikeuksia säädellään työsuhdeksintölailla (TyösKeksL), jossa määritellään työnantajan ja työntekijän oikeudet ja velvollisuudet keksinnön syntyessä. Mitä kiinteämmässä suhteessa työtehtäviin ja mitä

suurempi työnantajan panos keksinnön syntyyn on ollut, niin sitä laajemmat oikeudet keksintöön työnantajalla on mahdollisuus ottaa. TyösKeksL:in mukaan työnantajan on suoritettava kohtuullinen korvaus ottamistaan oikeuksista, joka riippuu muun muassa siitä, miten laajat oikeudet hän ottaa. Jos keksintö on arvokas, pyrkii työnantaja luonnollisesti ottamaan hyvin laajat oikeudet, jotta myös hyödyntämismahdollisuudet olisivat mahdollisimman suuret. TyösKeksL ei koske hyödyllisyysmallilla suojattavia keksintöjä eikä sitä sovelleta korkeakoulussa työskentelevään tutkijaan tai opettajaan. [Mansala 2007, 595-596]

Tekijänoikeuslain 40b §:n mukaan oikeudet tietokoneohjelmaan ja siihen välittömästi liittyvään teokseen siirtyvät työnantajalle, jos ne ovat syntyneet täytettäessä työsuhteesta johtuvia tehtäviä. Tekijänoikeus siirtyy kokonaan työnantajalle eikä työnantajalla ole mitään erityistä korvausvelvollisuutta näistä oikeuksista. Samaa lain säännöstä sovelletaan myös tietokantoihin, jotka syntyvät työ- tai virkatehtäviä täytettäessä mutta sen ulkopuolelle jäävät korkeakoulun tutkijat ja opettajat, jotka työssään luovat tietokoneohjelman. [Mansala 2007, 596]

Korkeakoulukeksintölaki (KorkeakKeksL), joka tuli voimaan 1.1.2007 säätelee korkeakoulun ja siellä työskentelevän tutkijan oikeuksia tutkimustyössä, kun syntyy patentoitava keksintö. Avoimessa tutkimuksessa, jota tehdään korkeakoulun perusrahoituksella, oikeudet keksintöön voivat siirtyä korkeakoululle vain, jos tutkija ei hyödynnä niitä itse. Sopimustutkimuksessa, jonka rahoitus tulee pääosin tai kokonaan korkeakoulun ulkopuolelta, on korkeakoululla oikeus ottaa oikeudet keksintöön. Ennen kaikkea uusi laki helpottaa korkeakoulun yhteistyökumppanien asemaa, kun niiden tarvitsee sopia oikeuksien siirrosta enää vain korkeakoulun kanssa – eikä myös yksittäisten tutkimushankkeissa mukana olevien tutkijoiden kanssa. Korkeakoulun tulee suorittaa kohtuullinen korvaus tutkijalle häneltä ottamistaan oikeuksista. KorkeakKeksL koskee vain Suomessa patentoitavia keksintöjä. [Mansala 2007, 596]

Muiden immateriaalioikeuksien osalta ei oikeuksien siirtymisestä työsuhteessa ole nimenomaisia säännöksiä. Mallisuojan ja tavaramerkin kohteen ja mahdollisen tekijänoikeudellisen teoksen syntyminen työtehtävien tuloksena on yleensä melko todennäköistä. ”Näiden oikeuksien osalta voidaan käytännössä lähteä siitä, että jotain oikeuksia siirtyy työnantajalle.” Jos kuitenkin työ sopimuksessa ei ole määrätty mitään oikeuksien siirtymisestä, muodostuu siirtymisen laajuuden määrittäminen ongelmaksi. Oikeuskäytännössä on yleensä päädytty siihen, että vain ne oikeudet siirtyvät, jotka ovat välttämättömiä työn tuloksen käyttämiseksi siihen tarkoitukseen, mihin se tehdään. [Mansala 2007, 597]

5.4.3 Sopimaton menettely ja liikesalaisuuden suoja

Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa säädetty laki (SopMenL 22.12.1978/1061) luetaan yleensä kuuluvaksi sekä immateriaalioikeuteen että markkinointioikeuteen. Sopimatonta menettelyä, jota kutsutaan myös vilpilliseksi kilpailuksi, koskeva perussäännös on Pariisin teollisoikeudellisen yleissopimuksen 10bis artiklassa, jonka mukaan kaikkien sopimusvaltioiden tulee taata tehokas suoja vilpillistä kilpailua vastaan kaikille sopimusvaltioiden kansalaisille (myös yrityksille). Yleissopimuksen mukaan vilpillisenä kilpailuna on pidettävä jokaista kilpailutekoa, joka on hyvän liiketavan vastainen. SopMenL 1 §:n mukaan elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää hyvän liike-tavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä. [Haarman & Mansala 2007, 160-161]:

Tuotekonseptoinnin tulosten suojaamisen kannalta SopMenL:lla on ainakin teoreettista merkitystä lähinnä kahdessa suhteessa: SopMenL:n 1 §:n yleislausekkeen perusteella voitaisiin periaatteessa kieltää niin sanottu orjallinen jäljittely ja 4 §:n perusteella kielletään ketään oikeudettomasti hankkimasta tai yrittämästä hankkia tietoa toisen liikesalaisuudesta.

Kysymys orjallisen jäljittelyn kiellettävyydestä tai sallittavuudesta on läheisessä yhteydessä immateriaalisiin yksinoikeuksiin. On nimittäin esitetty, että jos SopMenL:n yleislausekkeella kielletään tuotteitten ja niiden erilaisten ominaisuuksien jäljittely, niin silloin immateriaalisia yksinoikeuksia ei periaatteessa enää tarvittaisi. Suomessa orjallisen jäljittelyn on yleisesti siis katsottu olevan sallittua kuitenkin sillä poikkeuksella, että jäljittely ei saa aiheuttaa sekaantumisvaaraa tuotteen kaupallisesta alkuperästä. [Haarman 2006, 339]

SopMenL:n antama suoja liikesalaisuuden oikeudettomaa hankkimista vastaan oli ennen rikoslain (RL) vuonna 2003 voimaan tullutta uudistusta huomattavasti merkityksellisempi kuin nykyään [Vapaavuori 2005, 4]. Kokonaiskuvan saamiseksi liike-, ammatti- ja yritys-salaisuuksien lakisääteisestä suojasta tulisikin huomioida SopMenL:n lisäksi myös työsopimuslain (TSL) ja rikoslain asianomaiset säännökset [Haarman 2006, 354].

Liikesalaisuudella tarkoitetaan yleisluonteisesti tietoa, jonka salassa pitämisellä on taloudellista merkitystä elinkeinonharjoittajalle. SopMenL:n mukaan kukaan ei siis saa oikeudettomasti hankkia tai yrittää hankkia tietoa toisen liikesalaisuudesta eikä käyttää näin hankkimaansa tietoa. Myöskään liikesalaisuutta, joka on saatu palvelussuhteen tai toimeksiannon perusteella ei saa käyttää oikeudettomasti. Työsuhteen aikana työntekijä ei saa ilmaista tai muulla tavalla hyödyntää työnantajan ammatti- ja liikesalaisuuksia. Jos työntekijä on hankkinut tiedon oikeudettomasti, on hyödyntämiskielto voimassa vielä työsuhteen päättymisen jälkeenkin [TSL

3 L, 4 §]. Käytännössä on erittäin vaikeata erottaa toisistaan elinkeinonharjoittajan liikesalaisuutta ja työntekijän ammattitaitoa ainakin sellaisen tiedon kohdalla, joka liittyy työntekijän työtehtäviin. [Haarman & Mansala 2007, 164-165]

Rangaistussäännökset yrityssalaisuuden rikkomisesta ja yrityssalaisuuden väärinkäytöstä ovat rikoslaissa. Rikoslain mukaan ”joka hankkiakseen itselleen tai toiselle taloudellista hyötyä tai toista vahingoittaakseen oikeudettomasti ilmaisee toiselle kuuluvan yrityssalaisuuden tai oikeudettomasti käyttää tällaista yrityssalaisuutta, jonka hän on saanut tietoonsa (muun muassa) ollessaan toisen palveluksessa, on tuomittava, jollei teosta ole muualla laissa säädetty ankarampaa rangaistusta, *yrityssalaisuuden rikkomisesta* sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi.” Edellinen ei kuitenkaan koske tekoa, joka on tehty kaksi vuotta palvelussuhteen päättymisen jälkeen. [RL 30 luku, 5 ja 6 §]

5.4.4 Immateriaalioikeuksien luovutus ja lisensiointi

Immateriaalioikeudet voidaan niin sanottuja moraalisia oikeuksia lukuun ottamatta luovuttaa joko osittain tai kokonaisuudessaan – ne ovat siis vapaasti siirrettäviä oikeuksia. Siirron tulee aina perustua sopimukseen, jonka tosin ei tarvitse olla määrämuotoinen tai edes kirjallinen. Suulliset ja konkludenttiset sopimukset ovat mahdollisia mutta ainakin merkityksellisten tai arvokkaiden oikeuksien kohdalla aivan liian epämääräisiä ja epäluotettavia oikeuksien turvallista hyödyntämistä ajatellen. [Mansala 2007, 597]

Tekijänoikeuden osalta tulee aina erikseen sopia siitä onko luovutuksensaajalla oikeus muuttaa teosta ja luovuttaa sitä edelleen [TekijäL 28 §]. Jos luovutuksen laajuudesta ei ole sovittu on oikeuskäytännössä päädytty tulkitsemaan luovutusta suppeasti luovuttajan eduksi, eli vain ne oikeudet tai oikeuden ”osat” siirtyvät, joista nimenomaisesti on sovittu. Tämän perusteella esimerkiksi kaikki tekniikan kehittymisestä johtuvat uudet käyttötavat kuuluvat tekijälle.

Erilaisissa toimeksiantosuhteissa ja tilanteissa, missä yrityksen tekijänoikeudella suojattavan materiaalin tai muiden teosten syntymiseen osallistuu ulkopuolisia henkilöitä, on huomioitava, että oikeudet näihin teoksiin ovat niiden tekijöillä. Yrityksen tulee siis varmistaa, että teosten siirtymisestä ja käytöstä on sovittu riittävässä laajuudessa suhteessa suunniteltuun käyttöön. Ongelmana on usein sen määrittelemisen, mikä on tämä ”riittävä laajuus” – jos se määritellään liian laveasti päädytään usein maksamaan liian paljon suhteessa todelliseen käyttöön. [Mansala 2007, 598]

Lisenssillä tarkoitetaan immateriaalioikeudellista käyttöoikeussopimusta ja sen sisältö määräytyy pääosin lisensioinnin kohteen, osapuolten tarkoituksen ja kilpailuoikeudellisten edellytysten perusteella [Haarman & Mansala 2007, 139]. Lisenssejä on erilaisia ja ne räätälöidään lähes aina huolellisesti sopimusneuvotteluissa jokaisen sopimussuhteen kohdalla erikseen. Lisenssi kohdistuu useimmiten johonkin nimenomaiseen immateriaalioikeudelliseen yksinoikeuteen mutta se voi sisältää myös esimerkiksi tietotaitoa ja muuta informaatiota, joka ei välttämättä ole suojattu muutoin kuin salassapidolla. Lisenssi voi antaa lisenssinsaajalle yksinoikeuden käyttää lisenssin kohdetta, jolloin puhutaan eksklusiivisista lisensseistä. Käyttöoikeus voi olla myös niin sanotusti rinnakkainen suhteessa joko lisenssinantajan tai jonkun muun osapuolen käyttöön. Lisenssejä voidaan myös rajata monin eri tavoin muun muassa sallitun käytön, ajan, maantieteellisen alueen ja edelleen lisensioinnin suhteen. Tämän lisäksi lisenssisopimukset sisältävät usein monimutkaisia määrittelyitä muun muassa lisenssistä maksettavan korvauksen maksuperusteista, teknologian edelleenkehittämisen ehdoista ja muista määräyksistä.

5.4.5 Immateriaalioikeudet ja kilpailulainsäädäntö

Kilpailulainsäädännön tarkoituksena ja päämääränä on markkinoiden vapaa toiminta. EU:ssa tämä tarkoittaa ennen kaikkea tavarantoiminnan vapaan liikkuvuuden ja kilpailun vapauden periaatteiden turvaamista toimivien sisämarkkinoiden aikaansaamiseksi. Kilpailunrajoituksilla tarkoitetaan toimia ja järjestelyitä, jotka estävät tai haittaavat näiden päämäärien toteutumista. Toisaalta immateriaalisten yksinoikeuksien keskeinen sisältö on antaa yksinoikeuden haltijalle oikeus kieltää muita käyttämästä suojattua oikeuttaan ja päättää siitä, kenelle kaikille hän käyttöoikeuden luovuttaa. Immateriaaliset yksinoikeudet ovat siis periaatteellisella tasolla vahvasti ristiriidassa vapaan kilpailun päämäärien kanssa.

EU:ssa ymmärrettiin jo hyvin aikaisessa vaiheessa yksinoikeuksien merkitys sisämarkkinoiden toimivuudelle mutta tästäkin huolimatta immateriaalioikeuden kehittyminen oli hidasta. Kuten aiemmin EY:n immateriaalioikeutta käsiteltäessä todettiin, lähti yhteisön tuomioistuin kuitenkin aktiivisesti ottamaan kantaa immateriaalioikeudellisiin kysymyksiin nimenomaan sisämarkkinoiden toimivuuden ja kilpailun vapauden osalta perustuen tulkintansa Rooman perustamissopimuksen 81 ja 82 artikloihin.

Kansallinen kilpailunrajoituslainsäädäntömme perustuu EY:ssä voimassa olevaan lainsäädäntöön ja erityisesti edellä mainittuihin perustamissopimuksen 81 ja 82 artikloihin. Kilpailunrajoituslain (KilpL) 4 §:ssä (vastaa EY-perustamissopimuksen 81 artiklaa) kielletään

”sellaiset elinkeinonharjoittajien väliset sopimukset, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymien päätökset sekä elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistetut menettelytavat, joiden tarkoituksena on merkittävästi estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua tai joista seuraa, että kilpailu merkittävästi estyy, rajoittuu tai vääristyy”. Kilpailunrajoituslain 6 §:ssä (vastaa EY-perustamissopimuksen 82 artiklaa) kielletään määräävän markkina-aseman väärinkäyttö. Huomattakoon, ettei määräävä markkina-asema sinänsä ole kielletty vaan ainoastaan sen väärinkäyttö.

Immateriaalioikeuksien kohdalla kilpailunrajoituslain säännökset ovat merkityksellisiä ainakin lisenssisopimuksia solmittaessa. Kiellettyjä ovat erityisesti sellaiset sopimukset ja sopimusehdot

- joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja;
- joilla rajoitetaan tai valvotaan tuotantoa, markkinoita, teknistä kehitystä taikka investointeja;
- joilla jaetaan markkinoita tai hankintalähteitä;
- joiden mukaan eri kauppakumppaneiden samankaltaisiin suorituksiin sovelletaan erilaisia ehtoja siten, että kauppakumppanit asetetaan epäedulliseen kilpailuasemaan; tai
- joiden mukaan sopimuksen syntymisen edellytykseksi asetetaan se, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppataidan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen. [KilpL 4 §]

Joissakin tilanteissa voi kuitenkin olla kilpailunrajoituslain 5 §:ssä olevan poikkeussäännön mukaan mahdollista käyttää yllä mainittuja ehtoja. Jos kyseisen ehdon kilpailua rajoittava vaikutus on pienempi kuin sen kilpailua edistävä vaikutus, voi ehto olla sallittu. Lisenssisopimuksien tekemistä ei ole kuitenkaan haluttu kieltää kokonaan ja EY:ssä onkin annettu teknologian siirtoa koskeva niin sanottu ryhmäpoikkeusasetus, jossa on lueteltu sallittuja ehtoja, ehdottomasti kiellettyjä ehtoja ja vielä ehtoja, jotka tilanteesta riippuen saattavat olla sallittuja tai kiellettyjä. Yritykset voivat siis solmia keskenään kilpailulainsäädännön mukaisia sopimuksia noudattamalla ryhmäpoikkeusasetuksen määräyksiä. [Haarman & Mansala 2007, 166-167]

”Teknologian siirtoa koskevaa ryhmäpoikkeusasetusta sovelletaan patenttilisenssi-, know-how-lisenssi- sekä näiden yhdistelmäsopeuksiin. Käytännössä sitä sovelletaan analogisesti myös tietokoneohjelmistojen lisensointiin. Sen sijaan asetus ei sovellu sellaisiin lisenssisopimuksiin, joiden päätarkoituksena on lisensoida tavaramerkkejä, malleja tai tekijänoikeutta. Mainitut yksinoikeudet voidaan kuitenkin liitännäisinä oikeuksina lisensoida teknologian yhteydessä ryhmäpoikkeusasetuksen perusteella.” [Haarman & Mansala 2007, 167]

6 KONSEPTOINNIN TULOSTEN SUOJAAMISESTA

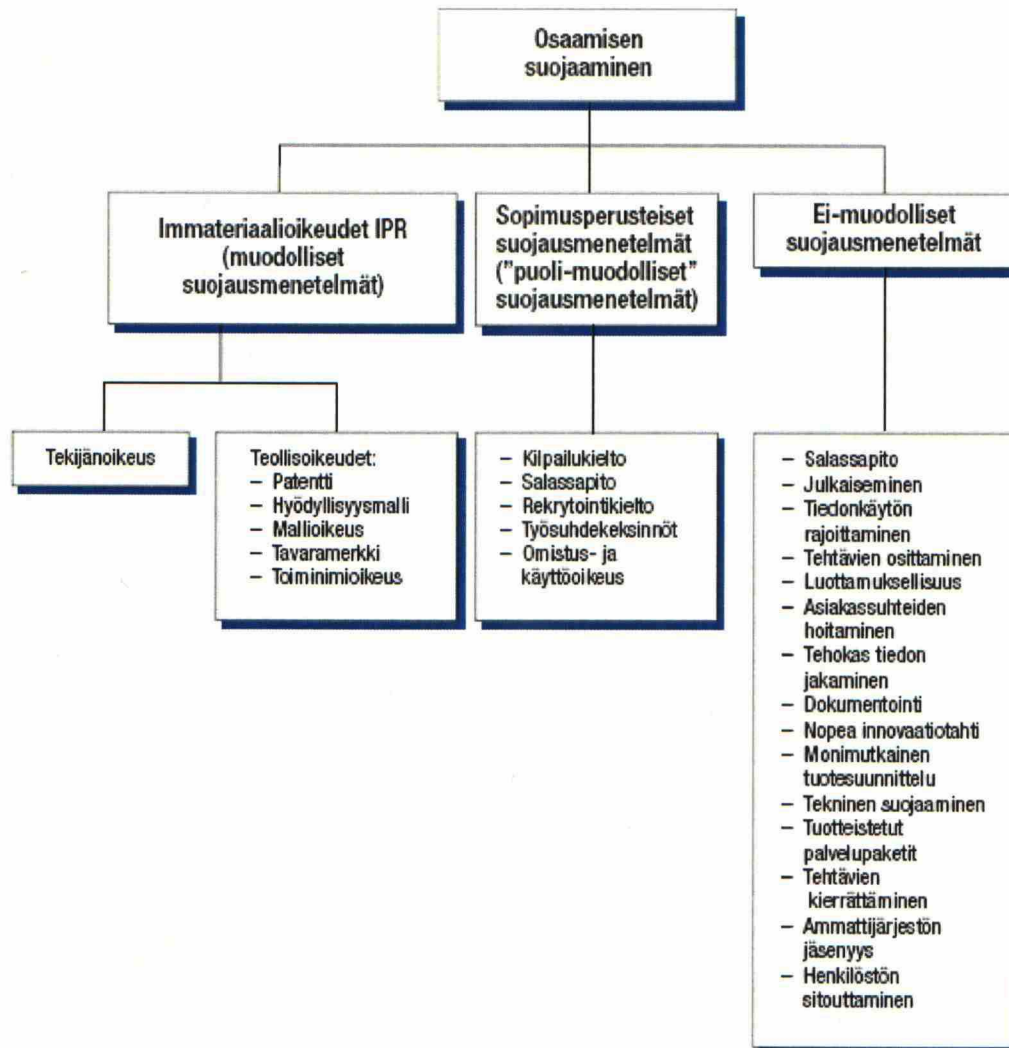
6.1 Tuotekonseptin suojaamisvaihtoehdoista

Tässä työssä tarkastellaan tuotekonseptin suojaamista immateriaalioikeuksien avulla. Asiaa käsiteltäessä on kuitenkin tärkeää huomata, että immateriaalioikeudet eivät ole yrityksen ainoa keino suojata aineetonta pääomaansa, mitä tuotekonseptitkin ovat. Muilla kuin immateriaalioikeudellisilla suojakeinoilla on suuri merkitys ennen kaikkea vertailukohtina ja vaihtoehtoina tuotekonseptin suojaamisesta päätettäessä. Niillä voi olla myös merkitystä immateriaalioikeudellisen suojan täydentäjänä esimerkiksi keksintöön liittyvän patenttihakemukseen sisältyvän tietotaidon osalta. Lisäksi yksi erittäin tärkeä sopimusoikeudellisen ja immateriaalioikeudellisen suojaamisen liittymäkohta on estää patentoinnin edellytyksenä olevan ”uutuuden” menettäminen ennen patentin hakemista sitouttamalla kaikki tuotekonseptointiin osallistuneet tahot riittävän tiukkoihin salassapitosopimuksiin.

Keskeisimpiä ei-immateriaalioikeudellisia suojaamistapoja ovat erilaiset sopimuksiin perustuvat ja työnteon organisoinnin avulla aikaansaavat keinot estää aineetonta pääomaa siirtymästä hallitsemattomasti yrityksen ulkopuolelle. Päälysahto ja Kuusisto ovat koonneet yhteen erilaisia osaamisen suojaustapoja (kuvio 6.1), joita voi varsin pitkälle soveltaa myös tuotekonseptoinnin tulosten suojaamisessa. Esimerkiksi oikeuksien siirto-, salassapito- ja kilpailukieltosopimukset sekä henkilöstön sitouttaminen, tehtävien kierrättäminen, huolellinen dokumentointi ja tiedonkäytön rajoittaminen ovat käyttökelpoisia tuotekonseptoinninkin yhteydessä. Vaikka yritysten tulee huolehtia aineettoman pääomansa suojaamisesta oman henkilöstönsä suhteen, keskitytään tässä työssä pääasiassa suojaamiseen silmälläpitäen yritysten ulkopuolisten tahojen mahdollista hyväksikäyttöä.

Tuotekonseptoinnin tulosten suojaamiseen liittyy oleellisesti myös kysymys siitä, millä tavalla konseptointihanke on toteutettu suhteessa yrityksen ulkopuolisiin tahoihin ja henkilöihin. Nykyään lienee suhteellisen harvinaista, että tuotekonseptointitoimintaa harjoitettaisiin täysin puhtaasti yrityksen sisällä käyttäen ainoastaan yrityksen omaa henkilöstöä ja asiantuntemusta. Yleisempää on käyttää vähintäänkin ulkopuolisia asiantuntijoita ja suunnittelijoita tai toteuttaa hanke yhteistyössä yrityksen verkostoon kuuluvien tahojen esimerkiksi suunnittelu- ja muotoiluyritysten sekä tutkimuslaitosten kanssa. Visiotason konseptointihankkeita saatetaan toteuttaa jopa yhdessä muiden saman alan yritysten kanssa, koska näin voidaan mahdollisesti aikaansaada perustaa yhteisille standardeille, saadaan jaettua kustannuksia eikä tuote-

salaisuuksien paljastumista pitkän aikaperspektiivin johdosta koeta uhkana [Kokkonen et al. 2005, 27].



Kuvio 6.1, Osaamisen suojausmenetelmät ryhmiteltyinä muodollisuusasteensa perusteella [Päällysaho & Kuusisto 2006, 4]

6.2 Immateriaalioikeudelliset suojaamisen vaihtoehdot

Edellisessä luvussa (L5) käytiin yksityiskohtaisesti läpi ne immateriaaliset yksinoikeudet, jotka voivat tuotekonseptin suojaamisessa ylipäättään olla mahdollisia. Patentin tai hyödyllisyysmallin avulla voidaan mahdollisesti suojata tuotekonseptiin sisältyvät uudet tekniset ratkaisut. Mallioikeuden tai tavaramerkkioikeuden nojalla voidaan suojata tuotekonseptin ulkomuotoa ja muotoilua ja tekijänoikeuskin voi antaa niille suojaa, jos tuotekonsepti ylittää taiteelliselta teokselta edellytettyyn teostasoon. Tavaramerkillä ja verkkotunnuksella on mahdollista suojata tuotekonseptin identiteettiä.

Sen selvittäminen, mitkä suojamuodot tosiasiallisesti yksittäisen tuotekonseptin tapauksessa ovat käytettävissä, riippuu tuotekonseptin ominaisuuksista suhteessa eri yksinoikeuksien saamisen edellytyksiin. Nämä edellytykset käsiteltiin myös yksityiskohtaisesti edellisessä luvussa. Todettakoon, etteivät suojamuodot ole pääsääntöisesti toisiaan poissulkevia, eli tuotekonseptia voidaan suojata samanaikaisesti esimerkiksi patentilla, mallioikeudella, tavaramerkillä, ja tekijänoikeuden taiteelliselle mallille antamalla suojalla. Päällysaho ja Kuusisto ovat koonneet seuraavassa taulukossa (taulukko 6.1) tuotekonseptin kannalta oleelliset yksinoikeudet yhteen huomioden samalla pääpiirteissään kyseisen yksinoikeuden suojan kohteen, suojan saannin edellytykset ja suojan syntymistavan.

Immateriaalioikeus	Suojan kohde	Oikeuden saannin edellytykset	Suojan syntymistapa
Patentti	Tuote, menetelmä	Uusi, eroaa olennaisesti olemassa olevista, teollisesti käyttökelpoinen	hakemuksesta myönnetty patentti
Hyödyllisyysmalli	Tuote	Uusi, eroaa olemassa olevista, teollisesti käyttökelpoinen, mutta ei välttämättä täytä patenttivaatimuksia	rekisteröinti
Mallioikeus	Teollisesti tai käsityönä valmistetun esineen ulkomuoto	Malli eroaa olennaisesti muista	rekisteröinti
Tavaramerkki	Tuotteen tai palvelun tunnus, kirjain, sana, numero, kuvio, kuosi, äänimerkki, yms.	Erottamiskykyinen, hyvätavan mukainen, harhaanjohtamaton	rekisteröinti tai vakiintuminen
Tekijänoikeus	Kirjallinen tai taiteellinen teos	Itsenäinen ja omaperäinen	automaattinen

Taulukko 6.1, Yhteenveto immateriaalioikeudellisista suojausmenetelmistä [Päällysaho & Kuusisto 2006, 8]

Tuotekonseptin näkökulmasta katsoen siihen sisältyvää teknistä ratkaisua voidaan siis mahdollisesti suojata patentilla tai hyödyllisyysmallilla. Hyödyllisyysmallin käyttö on yleensä perusteltua vain, jos ratkaisulle ei ole mahdollista saada patenttia tai sen käyttö on ajallisesti tai maantieteellisesti hyvin rajattua esimerkiksi pienen yrityksen kotimarkkinoiden piiriin. Patentti on monessa suhteessa hyvin järeä keino. Patentin saamisen edellytykset ovat hyvin tiukat. Patentin hakeminen on suhteellisen työläs ja harkintaa vaativa prosessi, joka useimmissa yrityksissä edellyttää ulkopuolisten asiantuntijoiden käyttöä ja joka erityisesti maantieteellisesti laajaa patenttisuojaa haettaessa maksaa paljon. Lisäksi patenttihakemuksen käsittelyprosessi on hidas ja sen seurauksena tekninen ratkaisu tulee 18 kuukauden jälkeen (hakemus- tai etuoikeuspäivästä) julkiseksi, vaikkei patenttia hyväksyttäisikään (käytännössä näin käy lähes aina, koska patentin käsittelyaika on keskimäärin runsaat kaksi vuotta) [Haarman & Mansala 2007, 111]. Eli, jos patenttia haetaan eikä hakemusprosessia keskeytetä, ei enää ole mahdollista esimerkiksi valmistaa tuotetta yrityssalaisuuteen turvautuen.

Tuotekonseptin ulkomuotoa ja muotoilua voidaan teollisoikeudellisen mallisuojan ja tekijänoikeuden mahdollisesti tuottaman suojan lisäksi suojata teoriassa myös patentin, hyödyllisyysmallioikeuden, tavaramerkkioikeuden ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain perusteella [Oesch et al. 2005, 28]. Patentin ja hyödyllisyysmallin kohdalla suoja kuitenkin rajoittuu niihin erikoistapauksiin, joissa muotoilu perustuu suoraan tuotteen tekniseen ratkaisuun. Jos näin ei ole, eivät kyseiset oikeudet ulotu tuotteen ulkomuotoon. Tavaramerkkioikeuden perusteella voidaan tosiasiallisesti suojata myös tuotteen ulkomuotoa, kunhan se pystytään esittämään graafisesti ja sillä on riittävä erottamiskyky [Oesch et al. 2005, 39]. Tavaramerkin käytössä suojamuotona on mallioikeuteen verrattuna se etu, että se on uudistettavissa periaatteessa ikuisesti, edellyttäen, että sitä jatkuvasti käytetään. Sopimattomasta menettelystä annetun lain suoja koskee vain tapauksia, missä joku taho tietoisesti pyrkii tuotteillaan antamaan erehdyttävän kuvan tuotteen alkuperästä – jos tämä seikka korjataan, on luvallista laista tehtyjen tulkintojen mukaan tehdä tarkkoja kopioita kenen tahansa tuotteista, joita ei ole suojattu immateriaalisilla yksinoikeuksilla.

Tuotekonseptin identiteettiä voidaan suojata tavaramerkillä ja verkkoviestinnässä verkkotunnuksella. Molemmat ovat suhteellisen huokeita ja käytännöllisiä suojamuotoja ja tavaramerkki on yhteisötavaramerkin ansiosta haettavissa EU:n laajuisesti yhdellä hakemuksella.

Alla olevassa taulukossa (6.2) on esitetty yhteenvetona immateriaalioikeuksien käyttötarkoitukset ja suoja-ajat (verkkotunnusta lukuunottamatta, joka voidaan uudistaa ikuisesti, kunhan sitä käytetään). Huomattakoon, että patentin, hyödyllisyysmallin ja mallisuojan voimassaolo on rajoitettu, kun taas tavaramerkki, verkkotunnus ja liikesalaisuus voivat olla periaatteessa voimassa ikuisesti.

Suojamuoto	Käyttötarkoitus	Voimassaoloaika
Patentti	Suojaa tuotteen, laitteen tai menetelmän	20 vuotta hakemispäivästä (+ lisäsuoja lääkeaineille 5 vuotta)
Hyödyllisyysmalli	Suojaa tuotteen tai laitteen	10 vuotta (4+4+2)
Tavaramerkki	Keino erottua markkinoilla	lkuinen, uudistaminen 10 vuoden välein
Mallioikeus	Suojaa tuotteen ulkomuodon	25 vuotta (5+5+5+5+5)
Toiminimi	Suojaa yrityksen nimen	lkuinen, jos yritys toimii
Tekijänoikeus	Suojaa teoksen	Tekijän elinikä + 70 vuotta
Liikesalaisuus	Suojaa tiedon, jolla taloudellista merkitystä	Kunnes tulee yleisesti tunnetuksi

6.3 Ei-immateriaalioikeudellisia suojaamisen vaihtoehtoja

6.3.1 Aineettoman pääoman sopimusperusteiset suojakeinot

Päällysaho ja Kuusisto ovat koonneet seuraavaan taulukkoon (taulukko 6.3) yleisimmät sopimukseen perustuvat osaamisen suojaamisen muodot, jotka ainakin periaatteessa ovat sovellettavissa myös tuotekonseptin suojaamiseen. Näistä salassapitosopimus on tuotekonseptoinnin yhteydessä todennäköisesti kaikkein käytetyin sopimustyyppi. Tarpeellisia ovat varmasti myös oikeuksiensiirtosopimus tai vastaavat määräykset työsopimuksessa työntekijöiden ja yrityksen välillä. Erilaiset omistus- ja käyttöoikeussopimukset sekä oikeuksien jakoon liittyvät sopimukset tuotekonseptointiin osallistuneitten yritysten ja tutkimuslaitosten välillä ovat myös täysin normaalia käytäntöä. Sen sijaan kilpailukiello- ja rekrytointikieltosopimukset lienevät jonkun verran harvinaisempia lähinnä kaiketi siksi, että niitä saatetaan pitää usein hieman kohtuuttomina etenkin, jos tahojen välillä on voimassa oleva salassapitosopimus. Käytännöt ovat kuitenkin alakohtaisia ja usein suuremmat yritykset edellyttävät rutiininomaisesti yhteistyökumppaneidensa allekirjoittavan kaikki mahdolliset sopimukset yhteistyön ehdottomana edellytyksenä.

Sopimustyyppi	Kenen kanssa	Tavoite
Kilpailukieltosopimus	Työntekijät	Pyrkii rajoittamaan työntekijän oikeutta siirtää töihin kilpailijalle
Salassapitosopimus	Työntekijät ja yhteistyökumppanit	Pyrkii takaamaan tietojen salassapidon
Rekrytointikieltosopimus	Työntekijät ja kilpailevat yritykset	Pyrkii estämään/rajoittamaan henkilöstön rekrytointia sopimus-osapuolen yrityksestä ilman lupaa
Oikeuksiensiirtosopimus	Työntekijät	Pyrkii varmistamaan tekijänoikeuksien ja keksintöihin liittyvien oikeuksien siirtymisen työntekijöiltä yrityksille
Omistus- ja käyttöoikeus-sopimukset	Yhteistyökumppanit	Pyrkii jakamaan kaikkia sopimusosapuolia tyydyttävästi yhteistyöhankkeissa syntyneiden tulosten oikeudet

Taulukko 6.3, Yhteenveto sopimusoikeudellisista osaamisen suojausmenetelmistä [Päällysaho & Kuusisto 2006, 14]

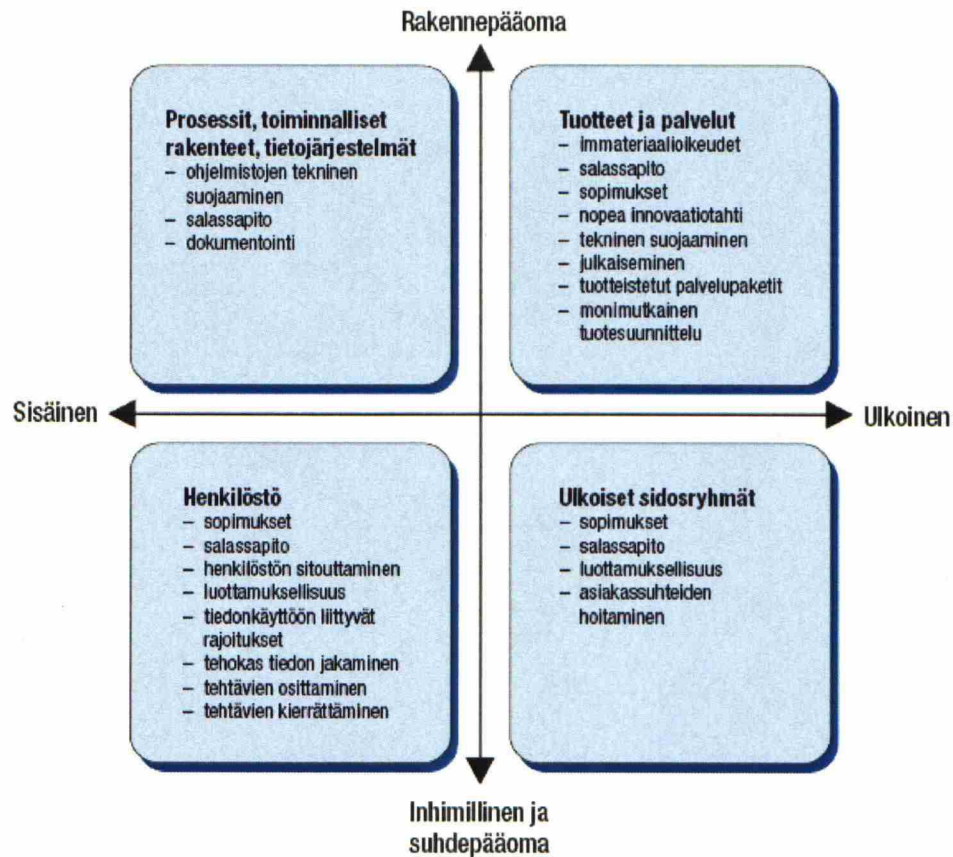
Salassapitosopimus tuotekonseptoinnin yhteydessä tärkeä erityisesti siksi, että sen avulla voidaan estää patentoinnin edellytyksenä olevan ”uutuuden” menettäminen ennen patentin hakemista. Mutta on muitakin syitä salassapitosopimuksien käyttöön. ”Vaikka useimpien maiden laeissa liikesalaisuuksille annetaan nimenomaista suojaa, liikesalaisuuksien suojaa ei sopimussuhteissa yleensä haluta jättää yksinomaan lain säännösten varaan. Tähän on useita syitä, mutta keskeisimpiä ovat lain säännöksiin liittyvien tulkinnanvaraisuuksien poistaminen ja sopimussuhteen osapuolten halu sitouttaa toinen osapuoli henkisesti siihen, että liikesalaisuuksien suoja on tärkeää ja siihen tulee kiinnittää huomiota.” Lisäksi katsotaan, että vaikka laki antaa suhteellisen hyvän suojan oikeudettomasti paljastetun liike- tai yrityssalaisuuden käyttämisestä vastaan niin on epäselvää, miltä osin lainsäädäntö rajoittaa laillisesti hallussa olevan tiedon käyttöä muuhun kuin siihen tarkoitukseen, johon se on tarkoitettu käytettäväksi. [Rahnasto 2001, 79-80]

6.3.2 Muita suojaamiskeinoja

Päällysaho ja Kuusisto ovat kuvanneet nelikenttään erilaisten suojaustapojen soveltuvuutta suhteessa yrityksen sisäisiin ja ulkopuolisiin tahoihin sekä suhteessa siihen, onko kysymys enemmän niin sanotusta pehmeästä (inhimillinen ja suhdepääoma) vai kovasta (muun muassa tuotteet, prosessit ja tietojärjestelmät) aineettomasta pääomasta (kuvio 6.2). Heidän tarkastelumalliaan tuotekonseptointiin soveltamalla voidaan esittää, että immateriaali-oikeudellisen ja sopimusperusteisen suojaamisen lisäksi yritys voi ainakin joissakin tilanteissa pyrkiä suojaamaan tuotekonseptit ulkopuolisten tahojen hyväksikäytöltä muillakin tavoilla.

Tuotekonseptin julkaiseminen

Yritys voi julkaista tuotekonseptin mahdollisimman näkyvästi. Suojaustapana tämä luonnollisesti toimii täysin päinvastaisella periaatteella kuin salassapito. Kun konseptin alkuperäinen keksijä on tehty kaikille tunnetuksi, voi kilpailijoille olla hankalaa kopioida konseptia, koska jäljittelyä pidetään yleensä hyvin epäeettisenä. Toinen vaihtoehto etenkin, jos yrityksellä ei esimerkiksi ole itse varaa patentoida tuotekonseptiin liittyvää keksintöä, on julkaista keksintö jossakin pienilevikkisessä paikallislehdessä, jolloin julkaiseminen toimii juridisena esteenä sille, että joku toinen voisi patentoida keksinnön. Julkaisu on tällöin ehdoton uutuuden este patentoinnille. Lisäksi on suhteellisen epätodennäköistä, että kilpailijat huomaisivat julkaisemista, kun taas keksinnön julkaissut yritys voi keskittyä mahdollisimman nopeaan tuotekehitykseen ja tuotteen markkinoille saattamiseen. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 16]



Kuvio 6.2, Suojaustapojen käyttö eri tilanteissa [Päällysaho & Kuusisto 2006, 25]

Nopea innovaatiotahti ja monimutkainen tuotekehitys

Yritys voi luoda niin sanotulla nopealla innovointi- tai tuotekehitystahdilla ajallisen etulyöntiaseman kilpailijoihinsa nähden tuomalla uudet tuotteet markkinoille hyvin nopeasti. Tällainen yritys ehtii siirtyä tuotteen seuraavaan versioon tai uuteen tuotteeseen ennen kuin tuote tai palvelu ehditään kilpailijoiden toimesta kopioida. Nopea tuotekehitystahti voi olla yritykselle muutenkin hyvä kilpailuedun lähde. Sen katsotaan soveltuvan hyvin erityisesti pienille yrityksille, koska niillä on yleensä parempi valmius huomata markkinoiden muuttuvat vaatimukset ja reagoida niihin nopeasti. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 20]

Hyvin monimutkaisten tuotteitten suunnitteleminen ja valmistaminen voi myös toimia keinona suojautua kilpailijoilta. Etenkin, jos tuote pohjautuu erityislaatuiseen osaamiseen ja sitä markkinoidaan kapeaan erikoisalan markkinarakoon, voi tuotteen purkaminen osiin ja kopioiminen olla liian vaikeaa ja aikaavievää kopion potentiaaliin taloudellisiin tuottoihin nähden. Nopea tuotekehitystahti yhdistettynä monimutkaiseen tuotesuunnitteluun voi olla käytännössä olla erittäin tehokas omien tuotteitten suojausmenetelmä. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 23]

Dokumentointi

Vaikka dokumentointi ei suoranaisesti ole varsinainen aineettoman pääoman suojausmuoto, niin välillisesti hyvin tehdystä dokumentoinnista voi olla tietyissä tuotekonseptointiinkin liittyvissä tapauksissa merkittävää etua yrityksen suojauspyrkimyksissä. Patentointiprosessissa voi päivätyt ja asianmukaisesti päivitetty työskentelyn etenemistä kuvaavat asiakirjat olla hyödyksi keksinnön syntymisen ajankohdan ja sisällön todentamiseksi. Jos yritys jossakin vaiheessa joutuu lisäksi puolustamaan patenttiaan, voivat nämä tiedot olla ensiarvoisen tärkeitä. Dokumentaatiota voidaan käyttää myös, jos joku taho rikkoo yrityksen kanssa solmimaansa salassapitosopimusta, sopimusrikkomuksen osoittamisessa. Hyvästä dokumentaatiosta voi olla hyötyä myös, jos joku tuotekonseptointiin osallistunut avainhenkilö jättää yrityksen. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 20]

6.4 Suojaamisvaihtoehtojen vertailua

Vaikka immateriaalioikeudelliseen yksinoikeuteen perustuvat suojausmuodot ovat monella tavalla kokonaan eri luokassa verrattuna esimerkiksi edellisessä jaksossa käsiteltyihin ”ei-muodollisiin” suojaustapoihin, on niiden vertaaminen tai yhdessä tarkasteleminen mielekäästä suojauskeinojen kokonaisuuden hahmottamiseksi. Lisäksi useimmissa käytännön tilanteissa suojausmuotoja käytetään rinnakkain ja toisiaan täydentäen. Näin saadaan aikaan monipuolinen hyvin erilaisissa tilanteissa hyvin toimiva suoja. Esimerkkinä yhden, vaikka vahvaksikin mielletyn, suojausmuodon haavoittuvuudesta voisi esittää tilanteen, missä yrityksen tärkeä tekninen ratkaisu on suojattu patentilla mutta sillä ei ole salassapito- eikä kilpailukieltosopimusta patentointiin osallistuneen avainhenkilön kanssa. Tämä pystyy kilpailijan palvelukseen siirryttyään esteettä osoittamaan uudelle työnantajalleen vanhan työnantajansa patenttisuojan heikkoudet, joiden perusteella uusi työnantajayritys nostaa mitättömyyskanteen patenttia vastaan. Tuotekonseptin suojaaminen kannattaakin ymmärtää monesta eri tekijästä muodostuvaksi kokonaisuudeksi.

Päällysaho ja Kuusisto ovat koonneet eri suojaustapojen perusominaisuuksia alla olevaan taulukkoon (taulukko 6.4), jonka perusteella voidaan todeta immateriaalioikeuksien eroavan sopimusperusteisista ja muista ei-muodollisista suojaustavoista ainakin seuraavissa suhteissa:

- immateriaalioikeudellisten yksinoikeuksien hankkiminen ja ylläpito aiheuttaa yleensä suuremmat kustannukset
- useimmat yritykset tarvitsevat niiden kanssa toimiessaan enemmän ulkopuolista asiantuntemusta

- ainakin patentin kohdalla ja usein muitakin oikeuksia puolustettaessa yritykset tarvitsevat myös suuremmat resurssit
- lisäksi useimpien yksinoikeuksien saantiin liittyy rekisteröintivaatimus ja esimerkiksi patentin kohdalla tiukat edellytykset muun muassa keksinnöllisyydelle ja uutuudelle
- sopimusperusteisten ja ei-muodollisten suojamuotojen etuina ovat ennen kaikkea nopeus ja menettelyn yksinkertaisuus.

	Immateriaali-oikeudet	Sopimusperusteiset suojaustavat	Ei-muodolliset suojaustavat
Lainvoima	x	x	(x)
Nopeus		x	x
Suuret kustannukset	x		
Yksinkertaisuus		x	x
Rekisteröintivaatimus	x		
Suuret resurssit	x		
Asiantuntija-avun tarve	x	(x)	

Taulukko 6.4, Suojaustapojen perusominaisuuksia [Päällysaho & Kuusisto 2006, 26]

Immateriaalioikeuksien vahvuuksina voidaan nähdä myös selkeä laissa määritelty suoja, mahdolliset lisenssitulot sekä niiden arvo mahdollisesti taseeseen merkittävänä omaisuutena, neuvotteluvälineinä, rahoitusta haettaessa ja statuksena tai yrityksen niin sanottuna goodwill:inä. Niiden heikkouksiksi voidaan katsoa suhteellisen tiukat saamisen edellytykset sekä niiden aiheuttamat mahdollisesti hyvinkin korkeat kustannukset niitä hankittaessa, ylläpidettäessä ja ennen kaikkea puolustettaessa. Sopimusperusteisten suojauskeinojen vahvuuksia ovat myös laissa määritelty suoja sekä suhteellinen edullisuus, toteuttamisen helppous sekä sisällöllinen joustavuus. Ei-muodollisten suojauskeinojen vahvuuksiksi voidaan katsoa myöskin edullisuus ja toteuttamisen yksinkertaisuus sekä joustavuus niin tilanteen kuin erilaisten yritysten ja toimialojenkin suhteen. Heikkouksina niillä on lain antaman suojan puuttuminen ja useimpien toimintamallien jatkuva ylläpidon ja päivittämisen tarve. [Päällysaho & Kuusisto 2006, 27]

7 TUOTEKONSEPTIN HYÖDYNTÄMINEN JA SUOJAAMINEN YRITYKSEN LIIKETOIMINNASSA

7.1 Johdanto

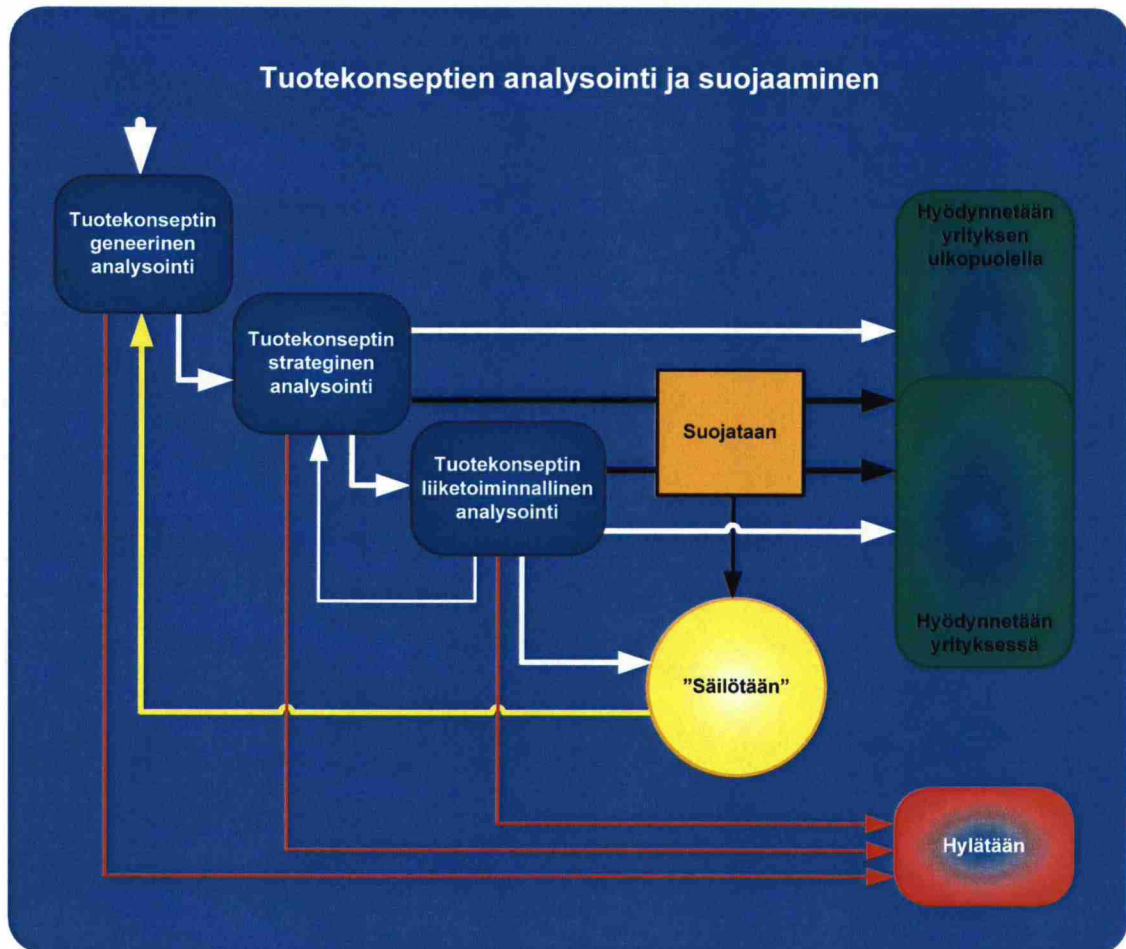
Kun tuotekonseptin suojaamisen eri vaihtoehdot ovat pääsääntöisesti selvillä, tulee ratkaistavaksi, suojataanko tuotekonsepti ja mitä suojaamistapoja ja missä laajuudessa yrityksen tulisi missäkin tilanteessa käyttää. Suojaamisen aiheuttamien kustannusten, immateriaalisten yksinoikeuksien ajallisesti rajoitetun luonteen ja markkinoille laskettavan tuotteen rajallisen elinkaaren johdosta on myös tärkeätä pyrkiä ymmärtämään, milloin suojaaminen kannattaa tehdä. Luonnollisesti vaihtoehtoja ovat myös tuotekonseptin suojaamatta jättäminen, julkistaminen tai sen täydellinen hylkääminen eli päätös siitä, ettei kyseistä tuotekonseptia käytetä yrityksessä lainkaan.

Tuotekonseptin käyttäminen millä tavalla tahansa ja etenkin sen suojaaminen aiheuttavat kustannuksia vähintäänkin yrityksen oman henkilöstön palkkakustannuksina. Tuotekonsepteilla ja niihin liittyvillä immateriaalioikeuksilla ei ole itseisarvoa, vaan niiden arvo määräytyy sen mukaan, miten niitä pystytään hyödyntämään siten, että ne lisäävät liiketoiminnasta saatavaa tuottoa joko lyhyellä tai pitkällä aikavälillä [Haarman & Mansala 2007, 168]. Jotta pystytään arvioimaan tuotekonseptin hyödyntämisen mahdollisia tuottoja yrityksen liiketoiminnalle ja tähän suhteutettuna optimaalista suojaustarvetta, on tuotekonseptia analysoitava osana yrityksen liiketoimintaa ja strategista johtamista. Suojaamispäätös on siis vahvasti sidoksissa tuotekonseptin hyödyntämistapoihin yrityksen liiketoiminnan yhteydessä.

Kuten aiemmin on todettu liittyvät tuotekonseptin suojaamisen kannalta merkityksellisimmät tilanteet siihen, kun tuotekonseptoinnin tuloksena on syntynyt uusia muotoilullisia tai teknisiä ratkaisuja ja tavanomaisuudesta poikkeavia tuoteideoita. Näiden hyödyntäminen yrityksen liiketoiminnassa voi edellyttää suojaamista joko immateriaalioikeuksien avulla tai jo käsiteltyjä muita keinoja käyttäen. Tuotekonseptoinnin tulosten hyödyntäminen voi tapahtua yrityksen omassa tuoteliiketoiminnassa tai se voidaan niin haluttaessa siirtää kokonaan yrityksen ulkopuolelle esimerkiksi myymällä tai lisensoimalla tuotekonseptiin liittyvät oikeudet. Mahdollista on myös omassa liiketoiminnassa hyödyntämisen lisäksi samanaikainen oikeuksien osittainen tai rinnakkainen siirtäminen esimerkiksi omille verkostokumppaneille tai muille tahoille.

Tuotekonseptin tai siihen sisältyvien uusien ratkaisujen ja ideoiden hyödyntäminen on tuotekonseptin luonteen johdosta hyvin yksilöllistä ja yritysten liiketoiminnan monimuotoisuudesta

ja dynaamisuudesta johtuen aina yrityskohtaista. Tuotekonseptin koko potentiaalin sekä siihen liittyvien riskien arvioimiseksi sitä tulisi analysoida eri näkökulmista ja useammalla eri tasolla. Yrityksen ulkopuolella mahdollisesti tapahtuvan hyödyntämisen arvon ja merkityksen määrittämiseksi voidaan tuotekonsepti analysoida (esimerkiksi sille optimaalisen hypoteettisen yrityksen näkökulmasta) ”geneerisesti” ja erityisesti tuotekonseptin kehittäneen yrityksen kontekstista irrotettuna.



Kuvio 7.1, Tuotekonseptien analysointi ja suojaaminen

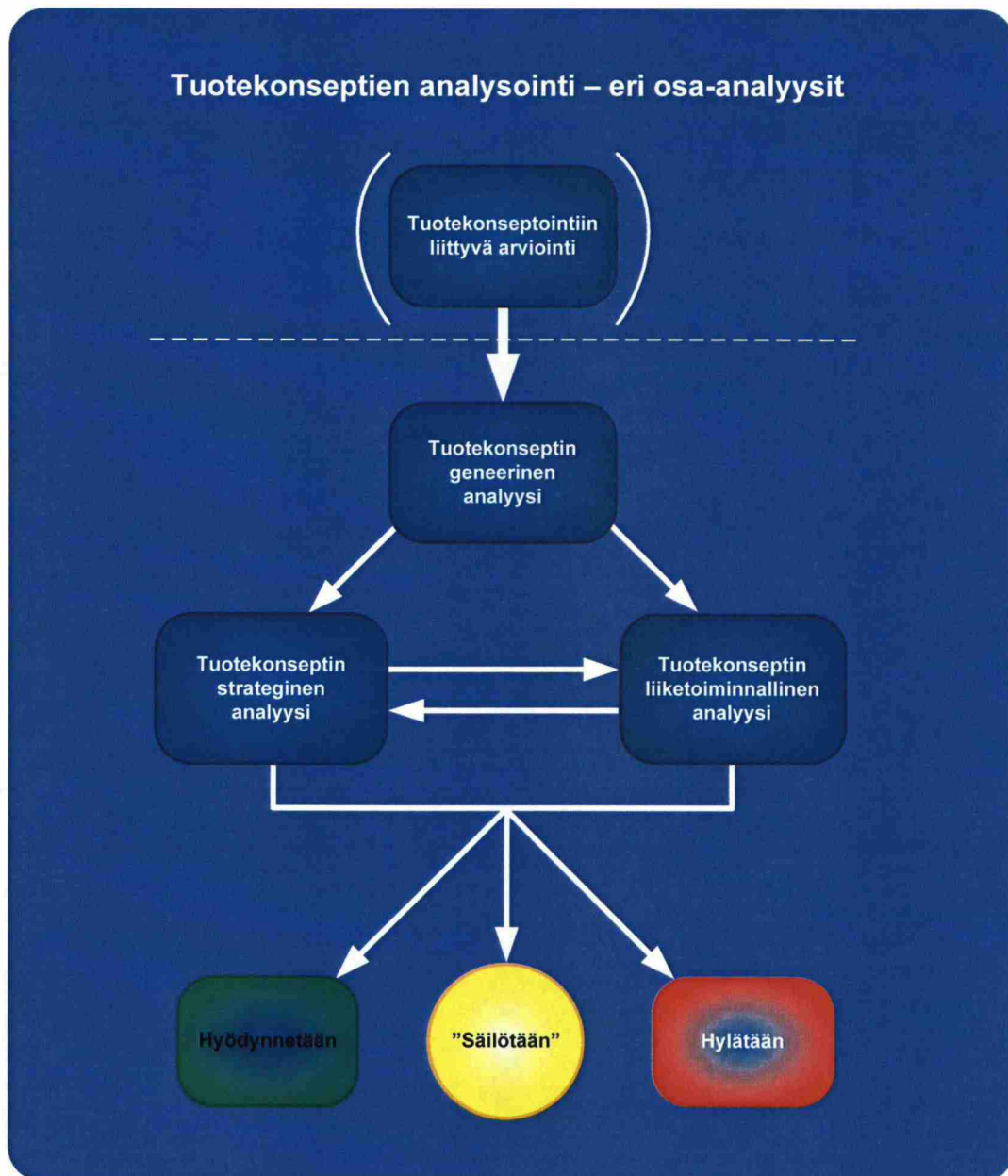
Luonnollisesti tarvitaan myös näkemys siitä, miten tämä ”yrityksen ulkopuolella hyödyntäminen” sopii yrityksen omaan strategiaan etenkin, jos se kuitenkin muuttaisi yrityksen toimialan kilpailutilannetta tai dynamiikkaa. Ensisijainen hyödyntämismuoto useimmilla yrityksillä on useimmiten tuotteena oman liiketoiminnan yhteydessä, mikä edellyttää tuotekonseptin analysointia sekä strategisella että (lyhyemmän aikavälin) operatiivisella liiketoiminnan tasoilla. Kuviossa 7.1 on pyritty havainnollistamaan näiden eri analyysivaiheiden kokonaisuutta ja joitakin keskinäisiä suhteita.

Tuotekonseptin luonteesta ”puoliksi tai osittain suunniteltuna tulevaisuuden tuotteena” johtuen sen hyödyntämispotentiaalin arviointiin liittyy tavanomaiseen tuotesuunnitteluun verrattuna hyvin paljon enemmän epävarmuutta ja asioita, joista ei varmuudella tiedetä kovin paljoa tai juuri mitään. Kun jo perinteinenkin tuotesuunnittelu sisältää paljon erilaisia riskejä ennen tuotteen menestyksellistä kaupallistamista, on riskitaso tuotekonseptien hyödyntämisen yhteydessä yllä mainituista epävarmuudesta ja ”epätietoisuudesta” johtuen todennäköisesti monta kertaluokkaa korkeampi.

Lisäproblematiikkaa tuottaa tuotekonsepteihin liittyvä usein varsin pitkä aikaperspektiivi suhteessa mahdolliseen kaupallistamiseen. Immateriaaliset yksinoikeudet ovat pääsääntöisesti ajallisesti rajoitettuja, joten tuotekonseptiin liittyvien ratkaisujen suojaaminen paljon ennen niiden markkinoille viemistä lyhentää oleellisesti yksinoikeuden tuottamaa suojattua hyödyntämisaikaväliä ja siten myös odotettavissa olevia taloudellisia tuottoja.

Toisaalta tämä ”pitkä aikaperspektiivi” voi mahdollistaa suojaamisen suhteellisen hyvänkin ajoituksen. Tuotekonsepti voidaan laittaa ”säilöön” yrityksen ”konseptipankkiin” (tai ehkä paremminkin kassakaappiin ainakin potentiaalisesti arvokkaitten tuotekonseptien tai niihin sisältyvien teknisten ratkaisujen kohdalla) ja sitten markkinoiden ja teknologian kehitystä seuraamalla ottaa juuri otolliseen aikaan ulos. Tämä mahdollistaa myös sen, ettei esimerkiksi päätöstä siitä, myydäänkö tuotekonsepti ulos yrityksestä vai hyödynnetäänkö se itse, tarvitse tehdä ennen kuin paremmat perusteet päätökselle ovat olemassa. Tämä voi olla merkityksellistä esimerkiksi sellaisessa tapauksessa, missä erittäin potentiaalisen ”tulevaisuuden tuotteen” hyödyntäminen yrityksen liiketoiminnassa edellyttäisi yrityksen strategian muuttamista.

Tuotekonseptille optimaalista suojaamistapaa ei voida analysoida – eikä suojaamispäätöstä myöskään tehdä – erillään yrityksen strategisesta ja operatiivisen liiketoiminnan johtamisesta. Suojaamispäätös on suoraan johdettavissa siitä, miten yritys päättää tuotekonseptia hyödyntää. Käytännössä suojaamispäätös on osa hyödyntämispäätöstä. Siksi haluttaessa analysoida tuotekonseptin suojaamispäätökseen vaikuttavia tekijöitä tulee analysoida tuotekonseptin ominaispiirteitä suhteessa yrityksen liiketoimintaan ja strategiseen johtamiseen ja niiden analysointiin.



Kuvio 7.2, Tuotekonseptien analysointi – eri osa-analyysit

Tiettyjä suojaamiseen liittyviä asioita voidaan kuitenkin selvittää ja tuleekin selvittää ennen strategisen ja operatiivisen tason analyyskejä. Tällaisia ovat ainakin tuotekonseptin geneerinen suojattavuus eli sen selvittäminen, mitä suojakeinoja ja missä laajuudessa voidaan kunkin tuotekonseptin kohdalla haluttaessa käyttää. Myös eri suojausvaihtoehtojen odotettavissa olevia kustannuksia voidaan arvioida yleisellä tasolla. Ilman näitä tietoja on käytännössä vaikeata analysoida tuotekonseptin hyödyntämistä ainakaan strategisella tasolla.

Tässä hahmoteltuun tuotekonseptin analysoinnin kokonaisuuteen kuuluu neljä yksittäistä analyysia (kuvio 7.2), joista jokainen edustaa jotain toisista poikkeavaa merkityksellistä

näkökulmaa. Näitä ovat:

- Geneerinen analyysi – yleinen, geneerinen ja hypoteettisen yrityksen (tuotekonseptille optimaalisen) näkökulma
- Liiketoiminnallinen analyysi – yrityksen operatiivisen, lyhyen aikavälin, liiketoiminnan johtamisen ja päätöksenteon näkökulma
- Juridinen analyysi – yrityksen juridinen, muun muassa immateriaali- ja sopimusoikeudellinen näkökulma
- Strateginen analyysi – yrityksen strategisen johtamisen ja päätöksenteon näkökulma

Todettakoon, että tässä ja jatkossa käytetään ” yrityksen operatiivisen, lyhyen aikavälin, liiketoiminnan johtamisen ja päätöksenteon näkökulmasta” tehtävästä analyysistä termiä ”liiketoiminnallinen analyysi”, vaikka liiketoiminnan katsotaan usein pitävän sisällään myös strategisen johtamisen (muun muassa Swot Consulting / [PRH 2005, 11]). ”Liiketoiminta” termiä käytetään kuitenkin monella eri tavalla eri yhteyksissä ja esimerkiksi monialayhtiö voi olla mukana monessa eri liiketoiminnassa ja sillä on johtamisrakenteissa näiden yläpuolella yhtymän strateginen johto. Toisaalta termi ”liiketoiminnallinen analyysi” yksinkertaisesti kuvaa ”operatiivista analyysiä” paremmin sitä, mistä asiassa on kyse. Analyysi ei ole kuin osaksi operatiivista tarkastelua – huomattavasti enemmän siinä selvitetään tuotekonseptin mahdollisen hyödyntämisen vaikutuksia yrityksen tai liiketoimintayksikön liiketoimintaan kokonaisuudessaan kuitenkin ilman strategista ulottuvuutta.

Huomattakoon myös, että, vaikka analysointi on jaettu edellä mainittuihin yksittäisiin analyysieihin, niin tämä on tehty vain jäsennysmielessä analysointiin liittyvien eri näkökulmien merkityksen korostamiseksi. Käytännössä on mahdollista ja pienissä yrityksissä varsin luultavaakin, että koko analysoinnin tekee yksi tai vain muutamia henkilöitä. Analyysijä ei ole myöskään ajateltu tehtävän tiukasti jossakin tietyssä järjestyksessä – hedelmällisempää ja todennäköisesti myös tehokkaampaa on tehdä niitä ainakin osittain rinnakkain ja koko ajan tietoa niiden välillä vaihtaen.

7.2 Geneerinen analyysi

Koska tuotekonsepteja ei etenkään visioivassa ja kehittävässä konseptoinnissa lähtökohtaisesti suunnitella tiukasti silmälläpitäen yrityksen senhetkisiä liiketoiminnallisia ja strategisia tarpeita, on tavallista, etteivät syntyvät konseptit niitä myöskään ainakaan lyhyellä aikavälillä kovin hyvin täytä. Tuotekonseptit ja niiden sisältämät erityisesti radikaalit uudet ratkaisut voivat olla taloudellisessa mielessä kuitenkin hyvin arvokkaita etenkin, jos niitä pääsisi hyödyntämään

juuri tuotekonseptin näkökulmasta optimaalinen taho. Siksi tuotekonseptin hyödyntämispotentiaalia, -mahdollisuuksia ja suojaamistarpeita olisi järkevää analysoida myös geneerisesti eli irrotettuna sen yrityksen välittömästä kontekstista, jonka toimesta tuotekonsepti on kehitetty.

Tämä geneerinen analyysi on lähellä aiemmin tuotekonseptoinnin yhteydessä käsiteltyä ”tuotekonseptin arviointia” sillä erotuksella, että tuotekonseptoinnin yhteydessä tuotekonsepteja arvioidaan lähinnä suhteessa toisiinsa parhaiden konseptien löytämiseksi. Geneerisessä analyysissä arvioidaan tämän ensimmäisen arvioinnin jo läpäisseitä tuotekonsepteja. Analyysivaiheen tavoitteena on ymmärtää paremmin ja kokonaisvaltaisemmin yksittäisen tuotekonseptin yleinen taloudellinen potentiaali, hyödyntämismahdollisuudet, ajoitustekijät, immateriaalioikeudelliset ja muut suojaamistarpeet sekä tähän kaikkeen liittyvät epävarmuudet ja riskit. Ennen kaikkea sen tavoitteena on tuottaa objektiiviset ”lähtötiedot” etenkin strategiselle mutta myös liiketoiminnalliselle analyysille.

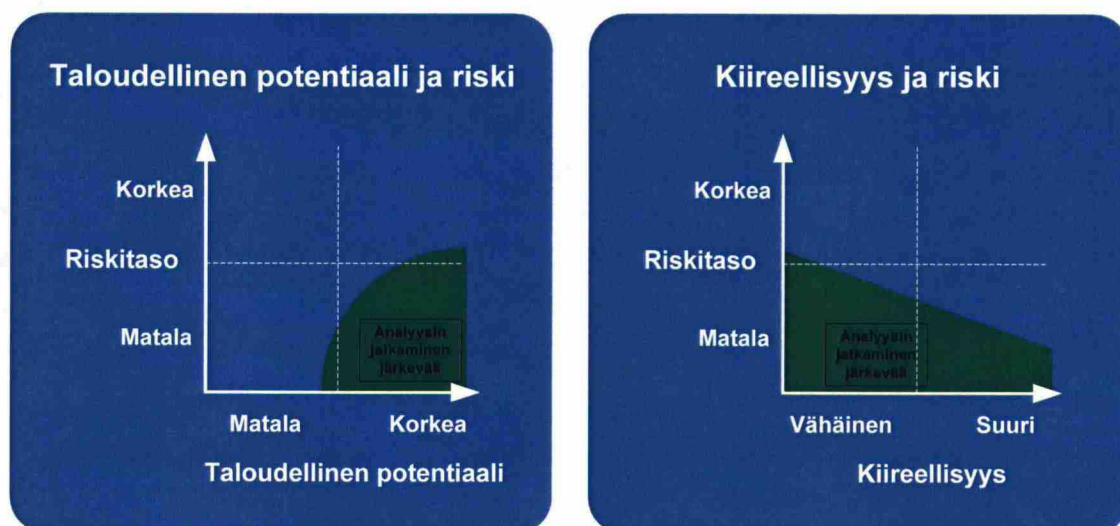
Geneeriseltä analyysiltä ensimmäisenä odotettavat tulokset liittyvät tuotekonseptin yleiseen taloudelliseen potentiaaliin suhteessa kokonaisriskiin ja eri tekijöiden ajoitukseen. Niitä ovat erityisesti seuraavien asioiden selvittäminen :

- mikä tuotekonseptin yleinen eli ”geneerinen” taloudellinen potentiaali on (kehittäjä ja kaupallistaja tuotekonseptille optimaalinen hypoteettinen yritys)
- mikä on tuotekonseptin tuotteeksi kehittämiseen, valmistamiseen ja markkinoille saattamiseen sisältyvä kokonaisriski ja mikä osuus siitä on epävarmuutta eli ei liity ”tietämättömyyteen” (kehittäjä ja kaupallistaja tuotekonseptille optimaalinen hypoteettinen yritys)
- onko tuotekonseptin hyödyntämispäätökset tehtävä nopealla aikataululla
- onko tuotekonseptin suojaamispäätökset tehtävä nopealla aikataululla

Tuotekonseptin hyödyntämisen todennäköisen taloudellisen potentiaalin, kokonaisriskin sekä hyödyntämis- ja suojaamispäätösten kiireellisyyden selvittäminen mahdollisimman nopeasti on järkevää siksi, että näiden parametrien avulla nähdään nopeasti kannattaako analysointiin uhrata enempää resursseja. Näiden asioiden määrittäminen edellyttää luonnollisesti monien sellaisten seikkojen analysointia, jotka ovat samoja kuin mitä geneeriseen analyysiin sisältyy muutenkin. Ajatuksena tässä on kuitenkin, että ennen kuin yritys päättää uhrata resurssejaan yksityiskohtaiseen ja huolellisesti toteutettavaan analyysiin, kannattaa sen tehdä eräänlainen pika-analyysi nimenomaan riskin ja taloudellisen potentiaalin sekä kiireellisyyden osalta.

Kuviossa 7.3 on kuvattu taloudellisen potentiaalin ja riskin suhdetta sekä kiireellisyyden ja

riskin suhdetta nelikentässä. Tulee muistaa, että tuotekonseptit ovat vain tuoteidean hahmotelmia ja että niihin sisältyy lähtökohtaisesti hyvin paljon asioita, joita ei ole tutkittu tai selvitetty perusteellisesti. Tilanteissa, missä pystytään päättämään, että tuotekonseptin todennäköinen taloudellinen potentiaali on korkea tai hyvin korkea ja riskitaso suhteellisen matala, on mielekästä käyttää yrityksen resursseja analysoinnin jatkamiseen. Kiireellisuuden ja riskin yhdistelmä ei ole aivan yhtä kriittinen suurelle kiireellisyydelle, kunhan riskitaso vain pysyy matalana. Jo keskinkertaisen riskitason ja suuren kiireellisuuden yhdistelmä antaa kuitenkin syytä vakavasti harkita kannattaako analysointia jatkaa pidemmälle.

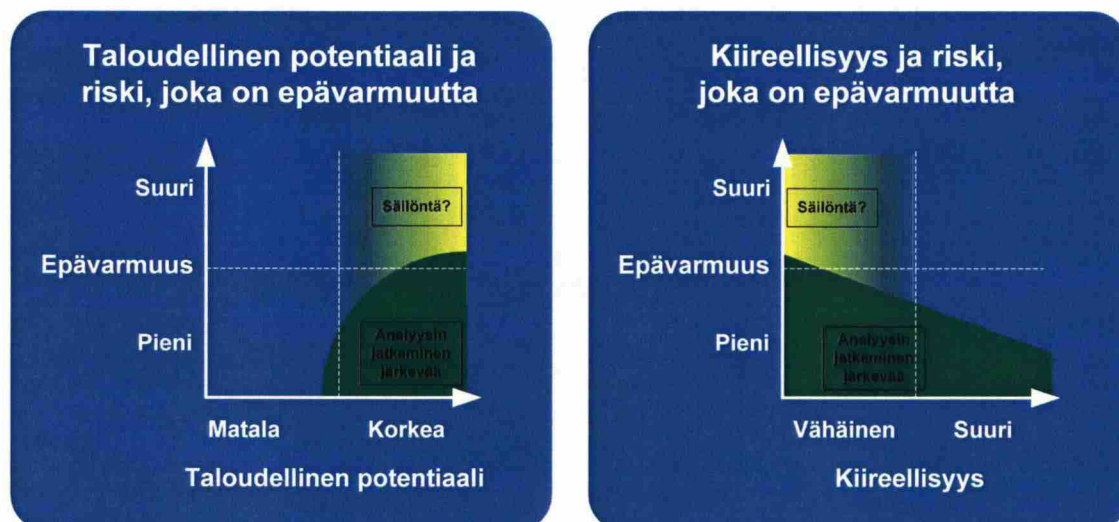


Kuvio 7.3, Tuotekonseptin taloudellinen potentiaali ja riski sekä kiireellisyys ja riski

Yllä tehtyyn oletukseen tosin liittyy muutama poikkeus, joista ensimmäinen koskee kokonaisriskin luonnetta. Tuotekonseptin hyödyntämiseen liittyvä kokonaisriski voi olla niin sanottua "todellista riskiä" tai "epävarmuutta" eli sitä, ettei analyysiä tehtäessä vain tiedetä tarpeeksi analysoitavista asioista. Todellinen riski liittyy yleensä asioihin, mistä tiedetään vähintäänkin kohtuullisesti eli esimerkiksi tiedetään, että tuotekonseptin tekniikkaa vaatimustasoltaan vastaavan teknologian kehittäminen ei ole onnistunut lukuisista yrityksistä huolimatta.

On siis myös tilanteita, missä tuotekonseptin hyödyntämiseen liittyvä kokonaisriski on suurelta osin vain epävarmuutta, joka johtuu esimerkiksi siitä, että tuotekonseptin todennäköisin hyödyntämisaikajankohta sijoittuu suhteellisen kauas tulevaisuuteen. Silloin tulee järkeväksi harkita analysoinnin jatkamista myös sellaisten tuotekonseptien osalta, joissa korkeaan taloudelliseen potentiaaliin sisältyy paljon riskiä eli tässä tapauksessa lähinnä tietämättömyyttä. Tällaisessa tilanteessa voi paras menettelytapa olla se, että analysointi suoritetaan suhteellisen

kevyesti ja tuotekonsepti siirretään sen jälkeen eräänlaiseen ”säilöön” odottamaan, että tarkempaa tietoa on saatavilla tai suurimpiin epäselvyyksiin pystytään löytämään valaistusta jollakin muulla tavalla (kuvio 7.4).



Kuvio 7.4, Tuotekonseptin taloudellinen potentiaali ja epävarmuutta oleva riski sekä kiireellisyys ja epävarmuutta oleva riski

Toinen poikkeus liittyy tilanteeseen, missä yritys tuotekonseptin tuotteeksi kehittämiseen ja kaupallistamiseen sisältyvästä korkeasta riskistä huolimatta jatkaa analysointia rajoitetusti tavoitteenaan käyttää tuotekonseptin suojaamisessa syntyviä yksinoikeuksia ainoastaan kilpailustrategisesti esimerkiksi niin sanottuina estopatenttina. Tässä tapauksessa yritys ei suunnittele tuotekonseptin kehittämistä tuotteeksi asti, jolloin kehittämiseen ja kaupallistamiseen sisältyvät riskit muuttuvat merkityksettömiksi. Samantapainen tilanne voi olla jollakin vasta perustetulla yrityksellä, jonka toimintaan ja kasvumahdollisuuksiin jo lähtökohtaisesti sisältyy hyvin paljon epävarmuutta ja riskiä. Jos tällainen yritys onnistuu suojaamaan tuotekonseptiin sisältyviä uusia ratkaisuja, voivat syntyvät yksinoikeudet vahvistaa yrityksen houkuttelevuutta esimerkiksi riskirahoittajien silmissä tuotekehitykseen ja kaupallistamiseen liittyvästä riskistä huolimatta.

Mahdollista on tietenkin myös se, että yritys on ajautunut johonkin niin erikoislaatuiseen tilanteeseen, että se on valmis tarttumaan mihin tahansa uuteen ideaan riippumatta sen taloudellisesta potentiaalista tai sen tuotteeksi kehittämisen riskeistä. Tällainen tilanne voi olla yrityksellä, jonka olemassa olevat tuotteet ovat menettäneet kilpailukykyänsä ja yritys on ajautumassa epätoivoiseen asemaan. Jos yritys ei ole tavanomaisin tuotekehitysmenetelmin pystynyt suunnittelemaan kilpailukykyisiä uusia tuotteita, sille voi kelvata riittävän uutuusarvon omaava uusi tuoteidea, vaikkei tuotteen taloudellisen potentiaalin odotetakaan olevan mitenkään

erikoislaatuinen. Myös yritys, joka toimii toimialalla, joka on suurissa ongelmissa ja ehkä jopa kuolemassa, saattaa nähdä jossakin keskinkertaisen taloudellisen potentiaalin omaavassa mutta uudessa toisen toimialan piiriin kuuluvassa tuotekonseptissa mahdollisen reitin ulos ahdingosta.

Hyödyntämis- ja suojaamispäätösten kiireellisyyden selvittäminen voi myös oleellisesti yksinkertaistaa yrityksen analysointi- ja päätösprosesseja tuotekonseptin suhteen ainakin, jos nähdään, että ne molemmat on tehtävä nopeasti. Tällainen tilanne voi syntyä esimerkiksi silloin, kun tuotekonseptia vastaavan tuotteen niin sanottu ”hyödyntämisikkuna” (eli ajanjakso, jolloin se on valmistettavissa ja kilpailukykyinen markkinoilla) on jo auki tai juuri avautumassa. Hyödyntämisen kiireellisyys aikaansaa myös suojauspäätöksen kiireellisyyden mutta ei välttämättä päinvastoin. Suojaaminen voi olla kiireellistä esimerkiksi kilpailijoiden samoihin teknologioihin kohdistuvan mielenkiinnon takia, vaikka tuotteen lanseerausta markkinoille ja hyödyntämistä ei voida ajatella vielä vuosiin. Tilanteessa, missä kiireellisyyttä ei voida perustella, yrityksen päätösprosessien sisältö monimutkaistuu merkittävästi, kun kaikkiin päätösparametreihin ja päätösten optimointiin joudutaan ottamaan mukaan aikaulottuvuus ja siihen kiinteästi liittyvä erilaisten muutosten mahdollisuus.

Varsinainen geneerinen analyysi tulisi tehdä yrityksen edellytykset ja resurssit huomioon ottaen pika analyysiä huolellisemmin. Siihen voidaan sisällyttää esimerkiksi seuraavien asioiden selvittäminen:

- Haluttavuus (käyttäjän hyöty, markkinoitavuus, niin sanotut ”wow”-tekijät)
- Toteutettavuus (teknologia, valmistus, jakelu)
- Merkitys toimialalle (radikaali, vähäinen tai ei merkitystä)
- Kaupallinen ja taloudellinen potentiaali
 - o Vaadittavat panokset (investoinnit, time-to-market)
 - o Markkinapotentiaali ja potentiaalisimmat maantieteelliset alueet
 - o Kilpailukyky, kilpailuedut ja niiden pysyvyys
 - o Arvioidut kokonaiskustannukset ja odotettavissa olevat kokonaistuotot koko elinkaaren ajalta (kokonaisvoitto)
- Geneerisen tason juridinen analyysi – muun muassa suojattavuus (skaala) ja muut juridiset toimenpiteet sekä näiden oletetut kustannukset
- Ajoitus (vähintään teknologia, markkinat, suojaaminen, elinkaari)
- Riski (todellinen riski)
- Epävarmuus (tietämättömyys)

Parhaat mahdolliset arviot yllä oleviin parametreihin toimivat lähtökohtina erityisesti strategista

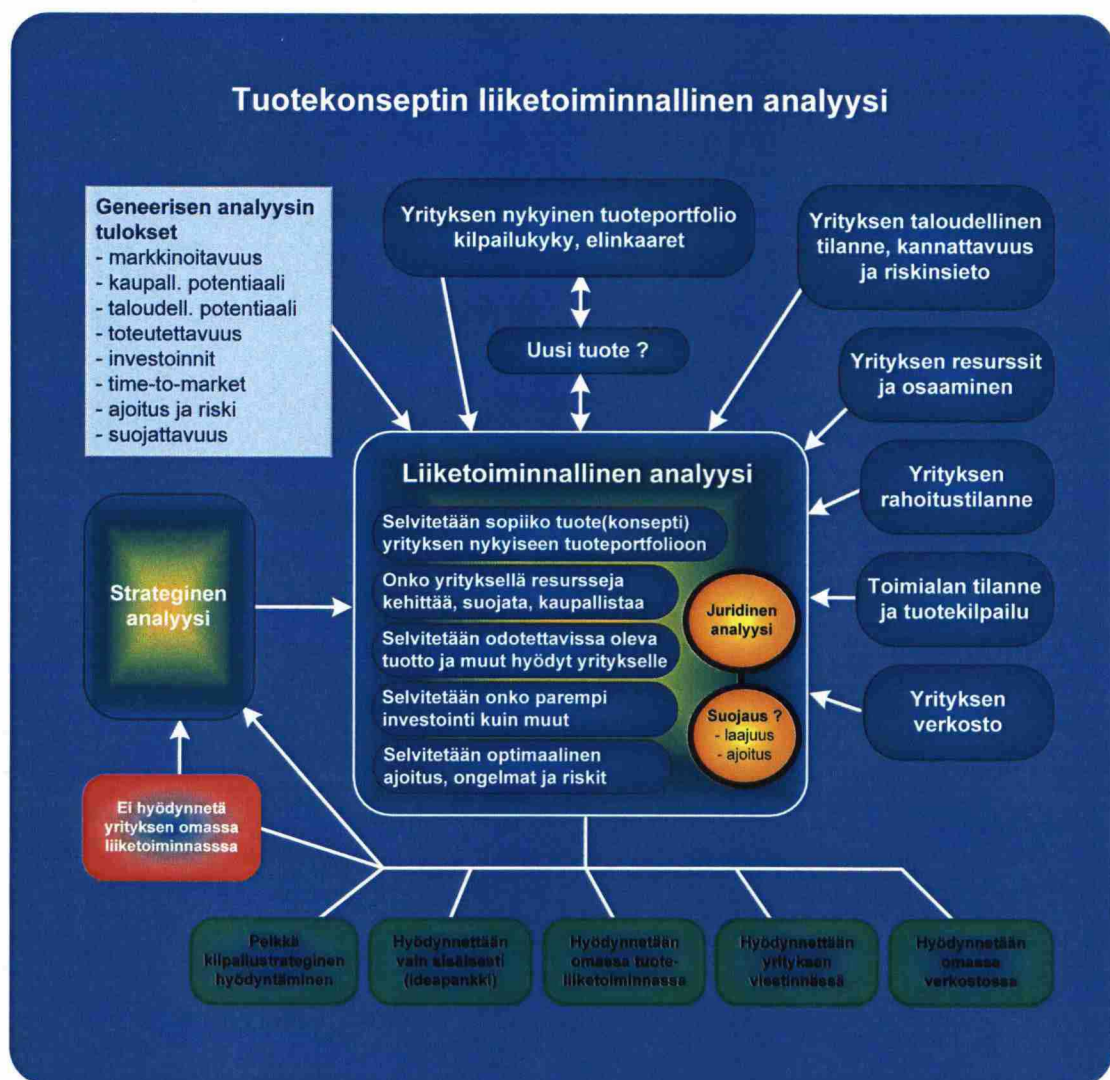
analyysiä tehtäessä, kun tulee vertailtavaksi tuotekonseptin hyödyntäminen tuotteena yrityksen omassa liiketoiminnassa ja tuotekonseptin hyödyntäminen yrityksen ulkopuolella esimerkiksi lisensioimalla siihen liittyviä oikeuksia muiden yritysten käyttöön.

7.3 Tuotekonseptin liiketoiminnallinen analyysi

Tuotekonseptin liiketoiminnallisessa analyysissä keskitytään geneerisen analyysin antamien lähtötietojen ja yhdessä juridisen analyysin kanssa selvittämään tuotekonseptin hyödyntämistä yrityksen omassa liiketoiminnassa (kuvio 7.5). Siinä pyritään määrittämään, mitkä hyödyntämismuodot ovat kyseisen tuotekonseptin kohdalla mahdollisia ja miten nämä sopisivat yrityksen liiketoiminnan kokonaisuuteen. Erityisesti pyritään selvittämään, mitä tuotekonseptin hyödyntäminen tai sen hyödyntämisen yritys tuotteena vaikuttaisi liiketoimintaan taloudellisessa mielessä ja suhteessa olemassa olevaan tuoteportfolioon. Tuoteportfolio eli yrityksen tuotetarjonta on useimmiten sen tärkeimpiä ellei tärkein kilpailukeino ja sen pääasiallinen kassavirran lähde, joten sen kilpailukyky on yritykselle ensiarvoisen tärkeä asia.

Vaikka tuotekonseptin pohjalta kehitettävä tuote itsessään nähtäisiin kilpailukykyiseksi ja hyvin kassavirtaa tuottavaksi, ei se välttämättä johda myönteiseen kehityspäätökseen etenkin, jos se samalla söisi jonkun nykyisen tuotteen tuottoja. Uuteen tuotteeseen ja sen kaupallistamiseen liittyy aina paljon epävarmuuksia ja yleensä myös suuret kustannukset. On usein huomattavasti järkevämpää pitäytyä olemassa olevissa tuotteissa, joiden tuotot pystytään ennustamaan suhteellisen tarkasti ja joihin kohdistuneet kehitys- ja kaupallistamisinvestoinnit on jo maksettu. Jos nämä tuotteet ovat kuitenkin vanhentumassa ja niiden elinkaari on loppuillaan, voi yrityksellä olla akuutti tarve uusille tuotteille, vaikka niihin sisältyykin epävarmuuksia.

Edellyttäen, että tuotekonseptin on katsottu sopivan riittävän hyvin yrityksen tuotetarjontaan, tulee tarkasteltavaksi sen pohjalta kehitettävän ja kaupallistettavan tuotteen aiheuttamat investointikustannukset ja muut resurssivaatimukset. Etenkin jos tuotekonsepti ja sitä vastaava uusi tuote on radikaali suhteessa yrityksen ja ehkä toimialankin tuotetarjontaan voi sen kehittäminen ja kaupallistaminen vaatia suuria taloudellisia ja osaamiseen liittyviä panostuksia. On siis hyvin ymmärrettävää, että etenkin pienillä yrityksillä nousee tässä vaiheessa seinä vastaan. Vaikka tuote olisi äärimmäisen potentiaalinen taloudellisesti mutta sen kehittämisen vaatima investointi ja osaamistarpeet ovat todella vaativat, ei pienen yrityksen kannata muutoin kuin ehkä äärimmäisessä hädässä lähteä kehityshankkeeseen. Suurilla yrityksillä kysymys on useimmiten pelkästään mahdollisen investoinnin taloudellisuudesta, rahoitustilanteesta ja todennäköisistä riskeistä suhteessa muihin investointikohteisiin.



Kuvio 7.5, Tuotekonseptin liiketoiminnallinen analyysi

Jos kehitys- ja kaupallistamishankkeen vaatimukset eivät ylitä yrityksen resursseja on syytä perehtyä tarkemmin hankkeeseen sisältyviin riskeihin ja muihin mahdollisiin ongelmiin. Kuten aiemmin on todettu tuotekonseptiin ja sen kehittämiseen sisältyy yleensä huomattavasti riskiä ja epävarmuutta, koska sitä ei suunnitella yksityiskohtaisen huolellisesti sopimaan yrityksen asettamiin etukäteismäärittelyihin. Jos yrityksellä ei ole aiempaa kokemusta radikaalin tuotteen kehittämisestä, voi hankkeessa ilmenevät ongelmat ja realisoituvat riskit tulla ainakin osaksi yllätyksenä. Erityisesti, jos yrityksen taloudellinen tilanne on epävarmalla pohjalla tai niin sanottu riskinotto kyky muutoin heikko, tulee sen harkita hankkeeseen lähtemistä huolellisesti.

Tuotekonseptin hyödyntäminen omassa tuoteliiketoiminnassa ei ole kuitenkaan yrityksen ainoa vaihtoehto hyödyntää sitä itse. Yritys voi jakaa kehityshankkeen ja kaupallistamisen omien partnereidensa kanssa, jolloin myös hankkeen sisältämä riski pienenee yrityksen kohdalla.

Tuotekonseptin sisältämien uusien teknisten ratkaisujen kohdalla on myös mahdollista suojata ne patentilla ainoastaan kilpailustrategisessa tarkoituksessa. Tällöin yritys ei lähde kehitys- ja kaupallistamishankkeeseen ja niihin liittyvät riskit jäävät realisoitumatta. Patentin tuottama yksinoikeus voi kuitenkin estää yrityksen kilpailijoita kehittämästä liian kilpailukykyisiä tuotteita, siksi tällaisessa tarkoituksessa hankittua yksinoikeutta kutsutaankin estopatentiksi.

Edellisten lisäksi yritys voi hyödyntää tuotekonseptia ainoastaan sisäisesti osana tuotekehityksen ideapankkia sekä osana yrityksen viestintää rakentamassa kuvaa yrityksen innovatiivisuudesta.

Yhteenvedonomaaisesti esitettynä tuotekonseptin liiketoiminnallinen analyysi voi olla esimerkiksi seuraavanlainen:

- Sopiminen yrityksen tuotetarjontaan
 - o hyvin / huonosti
 - o hyvin mutta söisi nykyisten tuotteitten odotettavissa olevia tuottoja
- Sopiminen kilpailutilanteeseen (kilpailukyky, kilpailuedut)
- Kaupallinen ja taloudellinen potentiaali sekä investointikustannukset
- Onko yrityksellä tarvittavat kehitysresurssit
- Panos/hyöty/riski suhteessa muihin tuotekehityshankkeisiin ja yrityksen taloudelliseen tilanteeseen (vaihtoehtoiskustannukset ja yrityksen kokonaisriski)
- Ajankohtaisuus yrityksen liiketoiminnan kannalta sekä uuden tuotteen optimaalinen ajoitus suhteessa olemassa olevaan tuoteportfolioon
- Tuotekonseptin kokonaisvaltainen juridinen arviointi yrityksen kontekstissa
 - o optimaalinen suojaus
 - o suojan vahvuus
 - o sopimustilanne

7.4 Tuotekonseptin juridinen analyysi

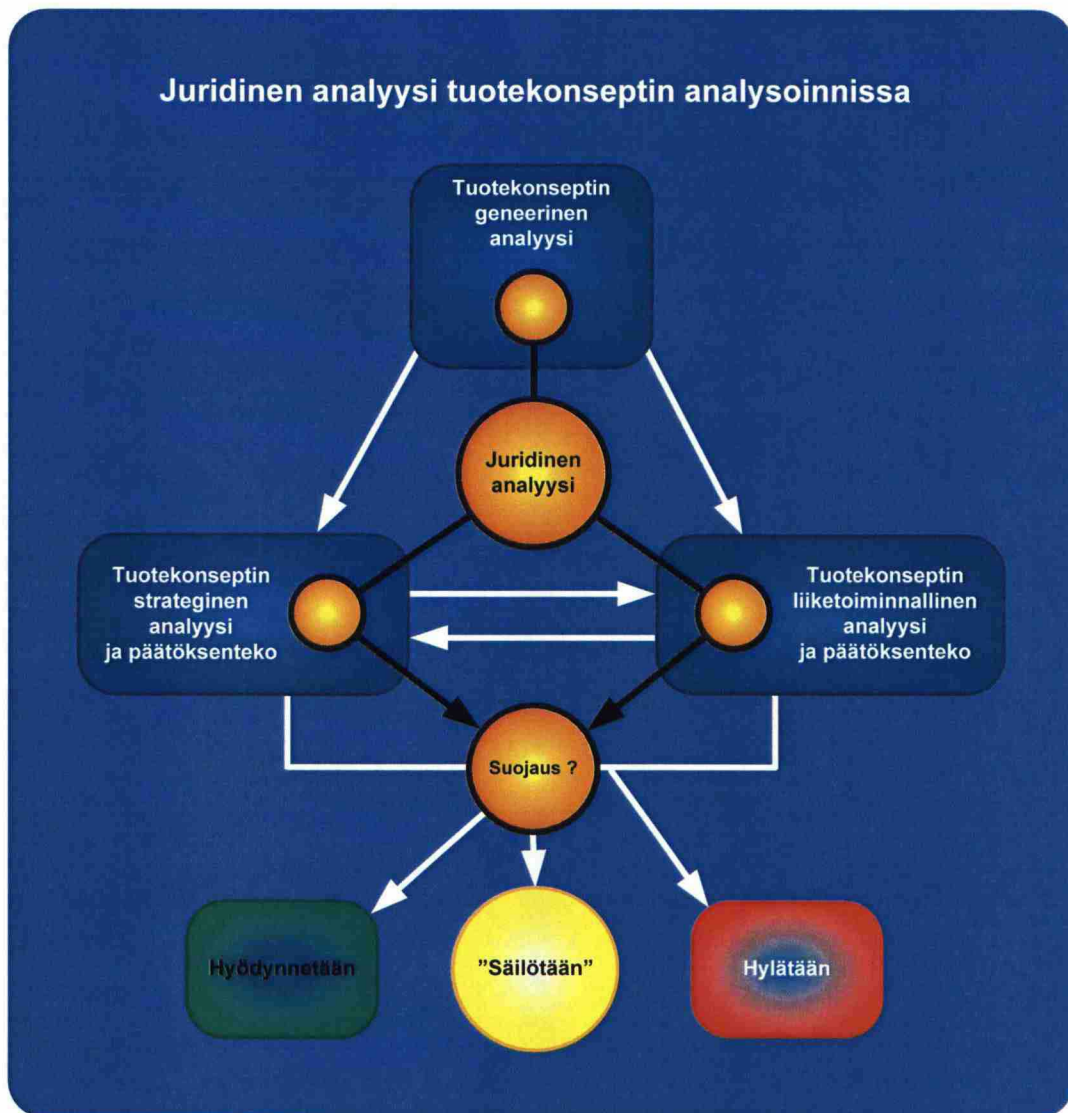
Juridinen analyysi kohdistuu tuotekonseptiin eri ominaisuuksiineen, sen hyödyntämisvaihtoehtoihin ja itse yritykseen. Sen tavoitteena on tuoda tuotekonseptin eri osa-analyyysien yhteyteen ja päätöksentekoon harkintaan mukaan juridinen näkökulma oikeudellisine tosiasioineen, mahdollisuuksiineen, ongelmineen ja kustannuksineen. Juridista analyysiä tehdäänkin rinnakkain eri osa-analyyseissä kiinteästi niiden selvitystyöhön nivoutuneena (kuvio 7.6). Vaikka tuotekonseptin hyödyntämispäätös yleensä tehdään pääasiassa liiketaloudellisilla ja strategisilla perusteilla, on juridiikalla olennainen osa yhtenä tärkeänä komponenttina jokaisessa

eri hyödyntämisvaihtoehdossa. Joskus voi olla niinkin, että hyödyntämispäätös syntyy suoraan jonkun oikeudellisen tosiseikan seurauksena. Esimerkkinä voisi olla tilanne, missä houkuttelevaan tuotekonseptiin liittyvien uusien ratkaisujen ei katsota voivan saada riittävän vahvaa immateriaalioikeudellista suojaa, jolloin yritys voi päättää hyödyntää tuotekonseptia omassa tuoteliiketoiminnassa turvautuen pelkkään sopimusoikeudelliseen salassapitoon suojamuotona.

Juridinen analyysi pyrkii myös selvittämään, mitkä voisivat olla tuotekonseptin suhteen juridisesti parhaat hyödyntämisen ja suojauksen yhdistelmät. Koska myös eri hyödyntämisvaihtoehtoja voidaan usein käyttää rinnakkain, (esimerkiksi hyödyntäminen omassa tuoteliiketoiminnassa ja samanaikaisesti lisensioimalla oikeudet jollekin eri maantieteellisellä alueella toimivalle yritykselle) voi luovien suojausvaihtoehtojen esittäminen erilaisten mahdollisten yhdistelmien suhteen olla hyödyntämispäätöstä tehtäessä hyvinkin kannattavaa. Jos hyödyntämispäätös kuitenkin tehdään juridiselta kannalta optimaalisten vaihtoehtojen ulkopuolelta, tulee juridisessa analyysissä silloin yksityiskohtaisesti ratkaistavaksi, mikä on tämän hyödyntämismuodon suhteen paras mahdollinen suojaustapa.

Kuten jo todettiin, tehdään juridista analyysiä kiinteästi tuotekonseptin eri osa-analyysien yhteydessä. Jokaisen osa-analyysin kohdalla keskitytään hieman eri asioihin luonnollisesti kyseisen osa-analyysin näkökulmaa myötäillen. Geneerisen analyysin yhteydessä tärkeintä on selvittää yleisellä tasolla ovatko tuotekonseptiin liittyvät uudet ratkaisut todennäköisesti suojattavissa millä eri tavoilla. Lisäksi voidaan selvittää esimerkiksi seuraavia asioita:

- ovatko tuotekonseptin ratkaisut sidoksissa jonkun ulkopuolisen tahon oikeuksiin – esimerkiksi edellyttävät lisenssiä johonkin teknologiaan tai käyttöoikeutta jonkun suunnittelijan tekijänoikeuksiin;
- ketkä kaikki ovat olleet tuotekonseptia kehittämässä ja minkälainen sopimussuhde heihin on voimassa;
- liittyykö tuotekonseptin hyödyntämiseen ja suojaukseen joitakin oikeudellisia riskejä, esimerkiksi patentoinnin edellytyksenä olevan uutuusvaatimuksen menettäminen tai odotettavissa oleva kilpailijan patentti;
- mikä on todennäköisesti optimaalisin tuotekonseptin suojauksen ajoitus ainakin suhteessa yksinoikeuksien suoja-aikoihin ja oletettuun hyödyntämisen ajankohtaan;
- ja mitkä ovat eri suojausvaihtoehdoista todennäköisesti koituvat kustannukset.



Kuvio 7.6, Juridinen analyysi tuotekonseptoinnin analysoinnissa

Liiketoiminnallisen analyysin yhteydessä juridinen analyysi katsoo oikeudellisia tosiseikkoja, olosuhteita ja mahdollisuuksia suhteessa yrityksen omassa liiketoiminnassa tapahtuvaan hyödyntämiseen. Jälleen tärkein huomion kohde on eri hyödyntämisvaihtoehtoihin tai niiden yhdistelmiin liittyvien suojausmahdollisuuksien selvittäminen. Tässä yhteydessä niitä tutkitaan kuitenkin huomattavasti perusteellisemmin kuin geneerisen analyysin yhteydessä. Nyt on jo hyvin merkityksellistä osata nähdä esimerkiksi, kuinka laajaa suojaa yrityksen tulisi tavoitella kunkin suojamuodon osalta. Tulisi selvittää, missä eri yksinoikeusjärjestelmissä ja missä maissa suojaa tulisi hakea ja mitkä olisivat tämän kokonaisjärjestelyn kokonaiskustannukset ja miten ne jakautuisivat ajallisesti. Muita selvitettäviä asioita voivat olla esimerkiksi seuraavat:

- onko yrityksellä käytettävissä tai ulkopuolelta hankittavissa suojausjärjestelyn aikaansaamiseen vaadittavat osaamisresurssit ja mitä ulkopuoliset resurssit maksaisivat;
- kuinka vahva suoja tuotekonseptiin liittyville uusille ratkaisuille on odotettavissa;

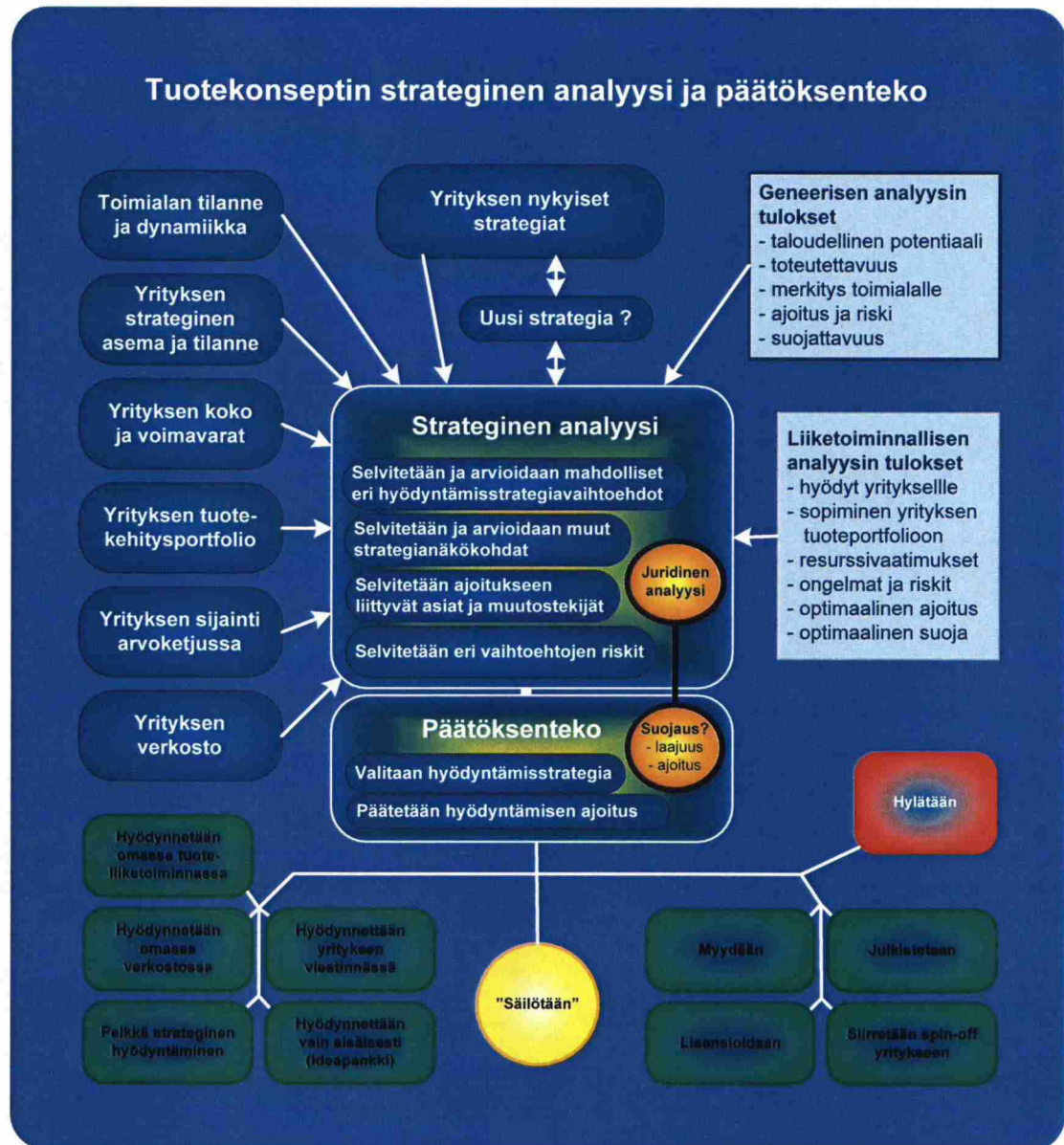
- onko odotettavissa, että yritys joutuisi puolustautumaan loukkaus- tai mitättömyyskanteita vastaan;
- olisivatko yksinoikeudet puolustettavissa ja millä kustannuksilla;
- ovatko tuotekonseptin sisältämät uudet ratkaisut salassa pidettävissä, eli kenellä kaikilla on tieto ratkaisusta sekä minkälainen sopimussuhde erityisesti salassapidon osalta heihin on voimassa;
- liittyykö suojaamiseen jotain yrityksestä lähtöisin olevaa juridista riskiä, esimerkiksi että yrityksellä ei olisi mahdollisen loukkaus- tai mitättömyyskanteen tilanteessa resursseja puolustaa yksinoikeuksia tai että niiden puolustaminen ja mahdollinen tappio riidassa voisi ajaa yrityksen pahoihin vaikeuksiin;
- mikä olisi yrityksen liiketoiminnan kannalta optimaalisin suojausajankohta.

Strategisen analyysin yhteydessä juridisen analyysin tulisi selvittää yksityiskohtaisesti ainakin todennäköisimpien eri yrityksen ulkopuolella tapahtuvan hyödyntämisen strategiavaihtoehtojen vaatimat suojaus- ja sopimusoikeudelliset toimenpiteet sekä näiden aiheuttamat kustannukset. Jos lisensiointi on todennäköinen tuotekonseptin hyödyntämismuoto voidaan juridisen analyysin yhteydessä alkaa tutkia erilaisten lisensiointimuotojen ja –järjestelyiden mahdollisuuksia, tuottorakenteita ja soveltuvuutta yrityksen tilanteeseen. Tässä yhteydessä tulee tarkasteltavaksi myös tuotekonseptiin liittyvien yksinoikeuksien käyttö mahdollisina toimialan kilpailutilanteeseen vaikuttavina strategiatyökaluina. Esimerkiksi, jos tuotekonseptin tekniset ratkaisut ovat hyvin radikaaleja saattaa olla mahdollista koota jokin yritysten yhteenliittymä kehittämään ja kaupallistamaan niitä. Tämä ei välttämättä edellytä ratkaisujen suojaamista vaan pikemminkin niiden julkaisemista ja sopimusoikeudellista luovuutta saada aikaan sellainen yhteistyö yritysten välillä, että teknologian jakaminen on mielekästä. Lisäksi olisi hyödyllistä tuottaa juridisesta näkökulmasta työstettyä vertailuaineistoa kaikkien todennäköisten eri hyödyntämisvaihtoehtojen eduista, ongelmista ja riskeistä.

7.5 Tuotekonseptin strateginen analyysi

Tuotekonseptin strategisessa analyysissä pyritään geneerisen ja liiketoiminnallisen analyysin tietojen perusteella ja jälleen yhdessä juridisen analyysin kanssa selvittämään, mikä (tai mitkä) hyödyntämisvaihtoehto on yritykselle optimaalisin ratkaisu. Tässä yhteydessä tulee erityisesti tarkastella, kumpi on järkevämpää, hyödyntäminen yrityksen omassa liiketoiminnassa vai sen ulkopuolella tapahtuva. Tämä on hyvä selvittää sekä pitkällä että lyhyellä aikavälillä ja suhteessa yrityksen toimialan odotettavissa olevaan kehitykseen sekä yrityksen resursseihin. Kuviossa 7.7 on esitetty yleisellä tasolla tärkeimmät huomioon otettavat tekijät, joista

ensimmäisenä kannattaa selvittää yrityksen olemassa olevien strategioiden suhde mahdollisiin eri hyödyntämisvaihtoehtoihin. Siten pystytään näkemään, sopivatko potentiaaliset hyödyntämisvaihtoehdot yrityksen nykyisiin strategioihin vai ovatko jotkut vaihtoehdot ilmeisessä ristiriidassa niiden kanssa. Tarkastelu tulee tehdä ainakin suhteessa yrityksen tuotekehitysportfolioon ja innovaatiostrategiaan sekä kilpailu- ja kasvustrategioihin.



Kuvio 7.7, Tuotekonseptin strateginen analyysi ja päätöksenteko

Voidaan myös miettiä, onko mahdollista suunnitella tai kehittää sellainen uusi strategia, johon hyödyntämisvaihtoehto sopisi paremmin. Jos on kysymys tuotekonseptista, johon liittyy hyvin radikaali innovaatio, voi tämä olla mahdollista ainakin pienissä yrityksissä mutta suuret yrityksen tuskin lähtevät muuttamaan strategioitaan yhden kehityshankkeen johdosta. Tosin

yrityksen asemaa toimialalla parantavat muutokset tuote- ja kilpailustrategioissa saattavat nimenomaan tulla mahdolliseksi esimerkiksi edistykselliseen teknologiaan liittyvien yksinoikeuksien lisenssijärjestelyillä.

Jos tuotekonseptin odotettavissa oleva hyödyntämisajankohta on toimialan dynamiikkaan nähden pitkän aikavälin päässä, tulee strategisessa analyysissä kiinnittää erityistä huomiota hyödyntämisstrategioihin mahdollisesti suuresti vaikuttaviin muutostekijöihin. Erityisesti hyvin dynaamisilla toimialoilla tämä saattaa lisätä tuotekonseptin hyödyntämiseen liittyvää riskiä oleellisesti.

7.6 Tuotekonseptin suojaus- ja hyödyntämis päätös

Päätös tuotekonseptin suojaamisesta tai suojaamatta jättämisestä sekä suojauksen laajuudesta ja ajoituksesta tehdään eri analyysivaiheiden jälkeen yrityksen strategisen ja liiketoiminnallisen päätöksenteon yhteydessä. Se on osa sitä kokonaisratkaisua, mihin tuotekonseptin hyödyntämisen osalta yrityksessä päädytään. Tämä ratkaisu pyrkii optimoimaan ja tasapainottamaan tuotekonseptin hyödyntämisen suhteessa yrityksen pitkän aikavälin strategisiin haasteisiin ja tavoitteisiin sekä lyhyen aikavälin liiketoiminnallisiin mahdollisuuksiin ja tarpeisiin. Ratkaisussa huomioidaan ennen kaikkea tuotekonseptin sopiminen yrityksen liiketoimintaan ja siihen onko yritys itse muun muassa resursseiltaan tai taloudelliselta tilanteeltaan oikea taho kehittämään tuotekonseptista tuote ja kaupallistamaan se. Usein voi olla järkevintä minimoida yrityksen riski ja etsiä tuotekonseptille tai sen sisältämille uusille ratkaisuille sopivampi kehittäjä ja kaupallistaja.

Suojaus on, kuten jo moneen kertaan on todettu, suoraan sidoksissa yksittäisen tuotekonseptin ominaispiirteisiin ja sille valittuun hyödyntämisratkaisuun. Jos tuotekonsepti päätetään hyödyntää vain yrityksen viestinnässä muokkaamassa yrityksen imagoa innovatiivisemmaksi, ei yrityksen kannata sijoittaa kymmeniä tuhansia euroja konseptin teknisten ratkaisujen patentointiin. Jos yritys päätyy lisensoimaan eri toimialalle kuuluvan ainutlaatuisen tuotteiden tämän alalla toimivalle yritykselle, edellyttää tämä useimmissa tapauksissa selkeitä rekisteröityjä yksinoikeuksia. Jos tuotekonseptiin liittyvän tuotteen elinkaari ja odotettavissa olevat tuotot kertyvät pitkältä ajanjaksolta mutta odotettavissa oleva kaupallistaminen on vuosien päässä, ei yrityksen tuotot optimoidakseen todennäköisesti kannata hakea ajallisesti rajoitettua suojaa ennen kuin lähempänä kaupallistamista.

Tuotekonseptin suojausvaihtoehtoja käytiin läpi edellisessä luvussa. Hyödyntämispäätöksen vaihtoehdot ovat pääpiirteittäin seuraavat (myös tietyt yhdistelmät ovat mahdollisia):

Perusvaihtoehdot:

- hyödynnetään joko omassa liiketoiminnassa ja/tai yrityksen ulkopuolella
- ei hyödynnetä
- säilötään

Hyödynnetään yrityksen omassa liiketoiminnassa

- tuoteliiketoiminnassa kehittämällä tuotekonseptista tuote ja kaupallistamalla se
- yrityksen viestinnässä
- yrityksessä sisäisesti ideapankissa
- strategisesti suojaamalla mutta ei muuten käyttämällä
- yrityksen omassa verkostossa yhdessä partneriyritysten kanssa

Hyödynnetään yrityksen ulkopuolella

- lisensioimalla
- myymällä kaikki oikeudet
- siirtämällä spin-off-yritykseen
- julkistamalla – saattaa tosin hyödyttää myös omaa liiketoimintaa

Tässä yhteydessä voidaan korostaa, että tuotekonseptin hyödyntämistä ja suojaamista koskeva analysointi ja päätöksenteko voi päättyä hyvinkin erilaiseen lopputulokseen eri yrityksissä, vaikka teoreettisesti olisi kysymyksessä sama tuotekonsepti. Suurimmat erilaistavat tekijät liittyvät yritysten kokoon ja käytettävissä oleviin resursseihin. Paitsi, että suurilla yrityksillä tietenkin on enemmän resursseja panostaa tuotekonseptin kehittämiseen tuotteeksi ja sen kaupallistamiseen, on niillä myös enemmän pelivaraa sen suhteen, minkälaisia riskejä ne voivat jonkun erittäin potentiaalisen tuotekonseptin kohdalla ottaa.

Pienillä yrityksillä on pienistä resursseista johtuen pääsääntöisesti huomattavasti suuremmat vaihtoehtoiskustannukset kehityshankkeessa – paljon varoja, työtä ja aikaa vaativa kehitys- ja kaupallistamishanke syö mahdollisesti resursseja jopa normaalista operatiivisesta liiketoiminnasta. Jos hanke lisäksi sisältää tavanomaista suuremman määrän riskejä ja epävarmuutta vaaditaan hyvin kylmäveristä tai tyhmää johtajaa tai hyvin erikoislaatuista tilannetta, jotta päätös hankkeeseen lähtemisestä voitaisiin tehdä. Pienten yritysten ei yleensä ole myöskään mahdollista käyttää kokonaisriskin tasapainoitukseen suurten yritysten yleisesti käyttämiä portfoliomenetelmiä, koska niillä ei ole resursseja useampaan yhtäaikaiseen

kehityshankkeeseen. Niille tuotekonseptin kehityshanke voisi pahimmassa tapauksessa olla hyvin kohtalokas, kun suurissa yrityksissä tyydytään epäonnistuneen hankkeen kohdalla kirjoittamaan tapahtuneesta raportti, joka selittää kannattavuuden vähäistä ja hetkellistä heikkenemistä.

Pieniltä yrityksiltä yleensä puuttuu myös omaa asiantuntemusta, jolloin ulkopuolelta ostettavat resurssit helposti tekevät kehityshankkeesta suhteessa kalliimman kuin suurten yritysten kohdalla. Pienten yritysten mahdollisuudet puolustaa yksinoikeuksiaan ovat pääsääntöisesti ulkoa ostettavan juridisen asiantuntemuksen varassa, jolloin puolustaminen on äärimmäisen kallista. Etenkin, jos vastassa on suuri yritys, voi puolustus kaatua puhtaasti siihen, ettei yrityksellä ole varaa lähteä puolustamaan yksinoikeuttaan.

Toisaalta pienet yritykset ovat yleensä luovempia löytämään kulloinkin tilanteeseen parhaiten sopivan toimintamallin – tämä voi tarkoittaa esimerkiksi liittoutumista jonkun soveliaan kumppanin kanssa tai kehityshankkeen siirtämistä niin sanottuun spin-off-yritykseen, josta myydään osuudet riskirahoittajille. On monia pieniä yrityksiä, jotka on perustettu periaatteessa yhden ainoan innovaation varaan ja jotkut näistä osoittautuvat täydellisiksi menestyksiksi kaupallisessa ja taloudellisessa mielessä.

Muut erilaisiin hyödyntämispäätöksiin vaikuttavat tekijät voivat liittyä esimerkiksi toimialan dynamiikkaan, kilpailutilanteeseen, yrityksen kasvuhakuisuuteen tai yrityksen taloudelliseen tilanteeseen.

7.7 Tuotekonseptin suojaaminen ja yrityksen strategiat

Immateriaalioikeudellisessa kirjallisuudessa on viime aikoina alettu käsitellä yritysten IPR-strategioita. Oesch ja Pihlajamaa toteavatkin (tosin patenttistrategioista osana IPR-strategiaa – sama voidaan kuitenkin yleistää IPR-strategioihin myös kokonaisuudessaan), että toinen näkökulma yksittäisen tuotteen immateriaalioikeudellisen suojaamisen lisäksi on tarkastella (IPR-)strategiaa yrityksen ”kokonaisstrategian näkökulmasta, osana yrityksen liiketoimintaideaa”. Oesch ja Pihlajamaa jatkavat, että tästä näkökulmasta voidaan ottaa kantaa siihen, miten yrityksessä yleisesti suhtaudutaan innovaatioihin ja pyritäänkö ne suojaamaan sekä miten yrityksen patenttisalkku (IPR-portfolio) rakennetaan, miten patenteja (immateriaalisia yksinoikeuksia) ylläpidetään, käytetään ja tarvittaessa puolustetaan. Jokaisen yksinoikeuden pitäisi sopia yrityksen kokonaisstrategiaan ja parhaassa tapauksessa ”ne ovat luonteva ja yhdenmukainen osa yrityksen kilpailu- ja liiketoimintastrategiaa”. [Oesch & Pihlajamaa 2008,

Haarman ja Mansala esittävät seuraavan esimerkin mahdollisesta immateriaalioikeusstrategiasta:

- ”Yleisstrategia eli lyhyt ”yleisjulistus”, jonka sanomana on immateriaalioikeuksien merkityksen korostaminen yrityksen toiminnassa.
- Eri suojamuotoja koskeva strategia, joka esittelee yrityksen toiminnassaan käyttämät suojamuodot ja sen, miten kunkin suojamuodon osalta menetellään.
- Immateriaalioikeusasioiden organisointi yrityksessä. Henkilöstön täytyy tietää kuka vastaa asioista, kenelle ilmoitetaan keksinnöstä tai mahdollisesta loukkauksesta ja miten ilmoitetaan (kirjallisesti, sähköpostitse vai viikkopalaverissa).
- Immateriaalioikeusstrategiasta tiedottaminenkin on osa strategiaa. Tiedottaminen suunnataan yrityksen henkilöstölle, asiakkaille ja kilpailijoille.” [Haarman & Mansala 2007, 172]

Edellä esitetty esimerkki soveltunee yleisluontoisena lähinnä suuren yrityksen IPR-strategiseksi linjaukseksi. Ainakaan hyvin pienissä yrityksissä ”yleisjulistuksille” ei juuri ole käyttöä edes strategitasolla. Mansala on tosin tarkastellut IPR-strategiaa myös pienyrityksen näkökulmasta ja hänen tässä yhteydessä esittämänsä huomiot vaikuttavat huomattavasti arvokkaammilta. Mansalan mukaan myös seuraavat asiat kannattaa huomioida IPR-strategian yhteydessä:

- ”Yrityksen resurssit on ensimmäinen huomioon otettava seikka strategian pohdinnassa.
- Teollisoikeuksien suojaus ja niiden puolustaminen aiheuttavat kustannuksia. Kustannuksen tulee olla suhteessa suojaamisen merkitykseen yritystoiminnassa.
- Mikäli suojaus on toimialalla hyvin yleistä, se vaikuttaa yksittäisen yrityksen toimintaan. Mitä kilpaillumpi ala on, sen enemmän yritys tarvitsee välineitä selvittääkseen kilpailussa.
- Miten oikeuksia valvotaan ja kenen vastuulla valvonta on? Valvonnan peruslähtökohtana voivat olla viralliset rekisterit (patentti, malli, toiminimi, tavaramerkki), jolloin se voidaan myös ulkoistaa.
- Miten loukkauksiin reagoidaan? Nopea puuttuminen loukkauksiin on tärkeää ja toimintamalli tulisi olla valmiina.
- Mitä merkittävämpi suojankohde on yritykselle, sen voimakkaampia suojakeinoja yrityksen tulee käyttää. Mikäli suojankohteen merkitys on vähäinen tai lyhytaikainen, sen vähäisemmät suojaamistoimenpiteet riittävät.

- Mikäli immateriaalioikeudet ovat yrityksen toiminnalle olennaisen tärkeitä ja niihin ollaan valmiita panostamaan, yrityksen tulee myös olla hyvin aktiivinen oikeuksien valvonnassa ja loukkauksiin reagoinnissa.
- Mikäli merkitys on vähäinen, yritykselle saattaa riittää se, että keskitytään siihen, että omalla toiminnalla ei loukata muiden oikeuksia.” [Mansala 2007, 599-600]

8 YHTEENVETO

Innovaatiotoiminnan kasvanut merkitys yhteiskunnan ja talouden myönteisen kehityksen mahdollistajana on havaittu globaalisti ja ennen muuta länsimaissa, joista perinteinen valmistukseen perustuva liiketoiminta on siirtymässä halvempien tuotantokustannusten maihin. Tuotekonseptointi on yksi innovaatiotoiminnan osamuoto, jonka avulla pyritään tuottamaan muun muassa radikaaleja innovaatioita tuotekonseptien eli tuotehahmotelmien muodossa. Immateriaalioikeudellisten yksinoikeuksien avulla toteutettu suojaaminen on avainasemassa tuotekonseptoinnin tulosten taloudellisessa hyödyntämisessä.

Työssä on tarkasteltu tuotekonseptointia innovaatiotoiminnan osana. Siinä on kuvattu tyypillistä konseptointitoimintaa siihen liittyvien käsitteiden sekä konseptoinnin tavoitteiden, hyötyjen ja tulosten kautta. Immateriaalioikeudesta on pyritty muodostamaan kokonaiskuva käymällä läpi keskeiset kansainväliset sopimukset ja Euroopan yhteisön immateriaalioikeutta koskevia asetuksia, direktiivejä ja oikeuskäytäntöä. Tuotekonseptoinnin suojaamisen tarkastelussa selvitetään tuotekonseptin hyödyntämisen suhteen merkityksellisten yksinoikeuksien saamisen edellytyksiä ja yksinoikeudellisen suojan sisältöä. Työssä käsitellään lyhyesti myös muita kuin immateriaalioikeudellisia tuotekonseptin hyödyntämistä suojaavia menettelytapoja. Suojaamistavan valintaan liittyviä kysymyksiä on selvitetty vertailemalla eri suojamuotoja ja kuvaamalla tuotekonseptin analysointia optimaalisen hyödyntämistavan löytämiseksi.

Tuotekonseptissa voidaan suojata sen ulkomuotoon ja tekniseen toteutukseen liittyviä uusia ratkaisuja sekä tuotekonseptille annettua identiteettiä lähinnä mallioikeuden, patentin ja tavaramerkin avulla. Yksittäisen tuotekonseptin suojaamisen muodon, laajuuden sekä suojaamisen ajankohdan valinta on tiukasti sidoksissa sen hyödyntämistavasta tehtävään päätökseen. Hyödyntämistapaan, suojamuotoon ja sen laajuuteen vaikuttaa tuotekonseptin yksilöllisten ominaisuuksien lisäksi kaikkein eniten yrityksen koko ja resurssit sekä näiden lisäksi muun muassa toimialan luonne, yrityksen kilpailuasema ja taloudellinen tilanne. Suuret globaalit yritykset voivat halutessaan suojata kattavasti ja laajasti taloudelliselta potentiaaliltaan keskinkertaisiakin tuotekonsepteja, joiden tuotteeksi kehittämiseen ja kaupallistamiseen sisältyy paljon riskejä ja epävarmuutta. Pienyrityksen voimavarat eivät useimmiten riitä kuin hyvin selektiiviseen suojaamiseen kaikkein potentiaalisimpien ja vähäriskisimpien tuotekonseptien osalta.

Vaikka työssä käsitelty aihe on tehtyjen rajaustenkin jälkeen suhteellisen laaja ainakin Pro Gradu -työhön, jättää se monia mielenkiintoisia ja potentiaalisesti hyödyllisiä kysymyksiä

myöhemmin tutkittavaksi. Jatkotutkimuksille sopivista kysymyksistä voi mainita ainakin seuraavat:

- tuotekonseptoinnin ja sen suojaamisen sopimusoikeudelliset ulottuvuudet
- suojaamisen ulottuvuudet ja problematiikka verkostohankkeissa ja avoimen innovaation soveltamisen yhteydessä
- suojaamisen taloudellinen tarkastelu etenkin pienten yritysten kohdalla
- tuotekonseptoinnin suojaamisen tutkiminen empiirisellä tasolla, erityisesti tuotekonseptoinnin tosiasialliset suojaamiskeinot ja niiden valitsemisen kriteerit.

KÄSITTEET, TERMIT JA LYHENTEET

Innovaatiotoimintaan, tuotekonseptointiin ja liiketoimintaan liittyvät

Ennakointi	Tulevaisuuden vaihtoehtojen monialainen kartoittaminen ja ajoitus toimijan näkökulmasta.
Innovaatio	Kaupallistettu tai kaupallistettavissa oleva uutuus, joka on oleellisesti aiempaa ratkaisua etevämpi. Innovaatio voi kohdistua tuotteisiin, palveluihin, teknologiaan, liiketoiminta- ja organisaatiomalleihin, toimintaprosesseihin tai toimintatapoihin.
Innovaatioprosessi	Johdettu, systemaattinen toimintatapa, jolla innovaatioita tuotetaan organisaatiossa.
Konseptisuunnittelu	Konseptointi työ- ja suunnitteluprosessina
Konseptointi	Tuotteen tai palvelun ratkaisumallin hahmottaminen kokonaisuutena, mutta pääpiirteissään ennen lopullista tuote- tai palveluratkaisua.
Liiketoiminta	Toiminta, jonka tavoitteena on tuottaa valituille markkinoille tuotteita ja palveluja tavalla, joka tuottaa lisäarvoa valituille asiakassegmenteille ja tuottoa sijoitetulle pääomalle.
NPD	(New Product Development) Uuden tuotteen suunnittelu- ja kaupallistamisprosessi
Tulevaisuudentutkimus	Monitieteinen tutkimussuunta, joka tutkii nykyisyyttä erityisestä tulevaisuuden tietämisen intressistä käsin ja joka yhdistää dokumentoituun tietoon myös näkemyksellisen tiedon.
Tuotekonsepti	Tuotekonseptoinnin lopputulos eli tuotehahmotelma ja kuvaus tuoteideasta
Tuotekonseptointi	Innovaatioprosessin osaprosessi, jossa tuotesuunnittelun-omaista toimintaa tehdään ilman tavoitetta välittömästä tuotannon ohjeistuksesta ja markkinoille viemisestä

Immateriaalioikeudelliset ja viranomaisiin liittyvät

BIRPI	Yhdistynyt kansainvälinen toimisto henkisen omaisuuden suojaamiseksi (WIPO:n edeltäjä ennen vuotta 1970)
CPC	(Community Patent Convention) Yhteisöpatenttisopimus (Euroopan yhteisön patenttisopimus, käytetään myös muotoa COMPAT)
Community Patent	Euroopan yhteisöpatentti
EPC	(European Patent Convention) Euroopan patenttisopimus
EPLA	(European Patent Litigation Agreement) Eurooppapatenttien oikeudenkäyntisopimus
EPO	(European Patent Office) Euroopan patenttivirasto, Euroopan patenttijärjestön (European Patent Organisation) toimeenpaneva elin
HyödMalliL	Hyödyllisyysmallilaki
IB	(International Bureau) WIPO:n alainen kansainvälinen toimisto, joka hallinnoi patenttiyhteistyösopimusta (PCT)
IPC	(The International Patent Classification) Kansainvälinen patenttiluokittelujärjestelmä
IPR	(Intellectual property rights) Immateriaalioikeudet
Konventio	Yleissopimus
KilpL	Kilpailunrajoituslaki
London Agreement	Lontoon sopimus
MalliL	Mallioikeuslaki
OHIM	(the Office of Harmonization for the Internal Market) Euroopan unionin sisämarkkinoilla toimiva yhdenmukaistamisvirasto
OECD	(Organisation for Economic Co-operation and Development) Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö

Paris Convention	Pariisin teollisoikeudellinen yleissopimus
PatA	Patenttiasetus
PatL	Patenttilaki
PCT	(Patent Cooperation Treaty) Patenttiyhteistyösopimus
PRH	(Patentti- ja rekisterihallitus) Suomen patenttiviranomainen
RL	Rikoslaki
SopMenL	Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa
SPLT	(Substantive Patent Law Treaty) Riippumaton ja pysyvä patenttilakisopimus
TekijäL	Tekijänoikeuslaki
TLT	(Trademark Law Treaty) Tavaramerkkilakisopimus
TMerkkiL	Tavaramerkkilaki
TRIPS	(Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) WTO:n teollisuus oikeuksia koskeva sopimus
TRT	(Trademark Registration Treaty) Yleissopimus tavaramerkkien kansainvälisestä rekisteröinnistä
TSL	Työsopimuslaki
TyösKeksL	Laki oikeudesta työntekijän tekemiin keksintöihin
UNESCO	(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) YK:n kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö
WCT	(WIPO Copyright Treaty) WIPO:n tekijänoikeussopimus
WIPO	(World Intellectual Property Organization) Maailman aineettoman omaisuuden järjestö
WTO	(World Trade Organization) Maailman kauppajärjestö

LÄHDELUETTELO

- [Aho EGR 2006] Report of the Independent Expert Group on R&D and Innovation appointed following the Hampton Court Summit and chaired by Mr. Esko Aho 2006. **Creating an Innovative Europe**. European Commission EUR 22005. Belgium, January 2006.
- [Apilo & Mikkonen 2006] Apilo, Tiina & Mikkola, Markku 2006. **Erilaisia tuotekehitysverkostoja**. VTT 30.5.2006. http://www.vtt.fi/proj/leanver/files/tk_verkostoja.pdf. (14.5.2008)
- [Apilo & Taskinen 2006] Apilo, Tiina & Taskinen, Tapani 2006. **Innovaatioiden johtaminen**. VTT tiedotteita 2330. Otamedia Oy, Espoo 2006.
- [COM 1995/688] Euroopan komissio COM(1995) 688. **Vihreä kirja innovaatiosta**. Bryssel, joulukuun 1995.
- [COM 2006/502] Euroopan yhteisön komission tiedonanto COM/502 final. **Putting knowledge into practice: A broad-based innovation strategy for the EU**. Bryssel 13.9.2006.
- [Computerworld 2008] Computerworld.com:in verkkosivut. <http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=9070158>. (27.3.2008)
- [Cooper & Kleinschmidt 1993] Cooper, Robert & Kleinschmidt, Elko 1993. **Stage gate systems for new product success**. Marketing Management. Vol 1:4. 20 – 29.
- [Crawford & Benedetto 2006] Crawford, Merle & Di Benedetto, Anthony 2006. New Products Management. 8. international ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- [epo.org] Euroopan patenttiviraston verkkosivut. <http://www.epo.org/about-us/epo/member-states.html>. (19.4.2008)
- [europa.eu/1] Euroopan unionin portaalin tiivistelmät lainsäädännöstä, Eurooppa-neuvosto (maaliskuu 2000): kohti innovaation sekä tietojen ja taitojen Eurooppaa. <http://europa.eu/scadplus/leg/fi/cha/c10241.htm>. (2.5.2008)
- [europa.eu/2] Euroopan unionin portaalin tiivistelmät lainsäädännöstä, Komission tiedonanto, annettu 11. maaliskuuta 2003, "Innovaatiopolitiikka: unionin Lissabonin strategiaa koskevan lähestymistavan päivittäminen" <http://europa.eu/scadplus/leg/fi/lvb/n26021.htm>. (2.5.2008)
- [Fagerberg et al. 2005] Fagerberg, Jan & Mowery, David, C. & Nelson, Richard, R. (toim.) 2005. **The Oxford Handbook of Innovation**. Oxford: Oxford University Press. 2005.
- [Gambardella et al. 2006,] Gambardella, Alfonso & Giuri, Paola & Mariani, Myriam 2006. EY-komission raportti **Study on evaluating the knowledge economy what are patents actually worth? The value of patents for today's economy and society**: http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/patent/studies/final_report_lot2_en.pdf
- [Haarman 1989] Haarman, Pirkko-Liisa 1989. **Immateriaalioikeuden oppikirja**. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.
- [Haarman 2005] Haarman, Pirkko-Liisa 2005. **Tekijänoikeus ja lähioikeudet**, 3. uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Haarman 2006] Haarman, Pirkko-Liisa 2006. **Immateriaalioikeus**, 4. uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Haarman & Mansala 2007] Haarman, Pirkko-Liisa & Mansala, Marja-Leena 2007. **Immateriaalioikeuden perusteet**. Juridica-kirjasarjan 18. teos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Hautamäki 2008] Hautamäki, Antti 2008. **Kestävä innovointi, Innovaatiopolitiikka uusien haasteiden edessä**. Sitran raportteja 76. Helsinki 2008.
- [HyödMalliL] Laki hyödyllisyysmallioikeudesta 10.5.1991/800.

- [Innovaatiostrategia.fi] Kansallisen innovaatiostrategian valmistelun verkkosivut.
<http://www.innovaatiostrategia.fi/>. (3.4.2008)
- [Innovaatiostrategia.fi/työpajat] Kansallisen innovaatiostrategian valmistelutyöpajojen yhteenveto.
Kansallisen innovaatiostrategian valmistelun verkkosivut.
http://www.innovaatiostrategia.fi/files/download/Kansallisen_innovaatiostrategiantyopajojen_yhteenveto.pdf. (3.4.2008)
- [Keinonen et al. 2003 a] Keinonen, Turkka & Andersson, Janne & Bergman, Jukka-Pekka & Piira, Sampsa & Sääskilahti, Mikko 2003. **Mitä tuotekonseptointi on?** Teoksessa Keinonen, Turkka & Jääskö, Vesa (toim.) Tuotekonseptointi. Teknologia-teollisuuden julkaisuja nro 12/2003. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. 9–47.
- [Keinonen et al. 2003 b] Keinonen, Turkka & Kokkonen, Ville & Piira, Sampsa & Takala, Roope 2003. **Konseptisuunnittelun työtapoja.** Teoksessa Keinonen, Turkka & Jääskö, Vesa (toim.) Tuotekonseptointi. Teknologia-teollisuuden julkaisuja nro 12/2003. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. 49–79.
- [KilpL] Laki kilpailunrajoituksista 27.5.1992/480
- [Kivimäki 1966] Kivimäki, T. M. 1966. **Uudet tekijänoikeus- ja valokuvauslait.** Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja B-sarja nro 129. Porvoo, Helsinki: Werner Söderström Oy.
- [Koen et al. 2002] Koen, Peter & Ajamian, Greg & Boyce, Scott & Clamen, Allen & Fisher, Eden & Fountoulakis, Stravos & Johnson, Albert & Puri, Pushpinder & Seibert, Rebecca 2002. **Fuzzy Front End: Effective Methods, Tools, and Techniques.** In The PDMA Toolbook 1 for New Product Development. P. Belliveau, A. Griffin, S. Somermeyer eds. 5–35. New York: Wiley.
- [Kokkonen et al. 2005] Kokkonen, Ylle & Kuuva, Markku & Leppimäki, Sami & Lähteinen, Ville & Merista, Tarja & Piira, Sampsa & Sääskilahti, Mikko 2005. **Visioiva tuotekonseptointi, Työkalu tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjaamiseen.** Teknologia-teollisuuden julkaisuja nro 4/2005. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- [KOM 2002/412] Euroopan yhteisön komissio KOM(2000) 412 lopullinen. **Ehdotus Neuvoston Asetukseksi Yhteisöpatentista.** Bryssel 1.8.2000. 2000/0177 (CNS)
- [KOM 2003/27] Euroopan yhteisön komissio KOM(2003) 27 lopullinen. **Vihreä kirja – Yrittäjyys Euroopassa.** Bryssel, 21.1.2003
- [KOM 2003/112] Euroopan yhteisön komission tiedonanto KOM(2003) 112 lopullinen. **Innovaatiopolitiikka: unionin Lissabonin strategiaa koskevan lähestymistavan päivittäminen.** Bryssel, 11.3.2003
- [KOM 2005/24] Euroopan yhteisön komission tiedonanto eurooppa-neuvostolle KOM(2005) 24 lopullinen. **Kasvua ja työtä Euroopan tulevaisuuden hyväksi, Uusi alku Lissabonin strategialle.** Bryssel, 2.2.2005.
- [KOM 2005/488] Euroopan yhteisön komission tiedonanto KOM(2005) 488 lopullinen. Yhteisön Lissabon-ohjelman täytäntöönpano: Lisää tutkimusta ja innovaatiota – Investointi kasvuun ja työllisyyteen: Yhteinen lähestymistapa. Bryssel 12.10.2005
- [KOM 2006/502] Euroopan yhteisön komission tiedonanto KOM(2006) 502 lopullinen. **Tietämyksestä käytännön toimiin: laajapohjainen innovaatiostrategia EU:lle.** Bryssel 13.9.2006
- [Landes & Posner 2003] Landes, William, M. & Posner, Richard, A. 2003. **The Economic Structure of Intellectual Property Law.** Cambridge, Massachusetts and London, England: The Belknap Press of Harvard University Press.
- [machina.hut.fi a] Tutti-projektin verkkosivut.
<http://www.machina.hut.fi/project/tutti/tulokset/kpuutarha.html>. (8.5.2008)
- [machina.hut.fi b] Tutti-projektin verkkosivut.
<http://www.machina.hut.fi/project/tutti/tulokset/hydroppeeli.html>. (8.5.2008)
- [MalliL] Mallioikeuslaki 12.3.1971/221.

- [Mansala 2001] Mansala, Marja-Leena 2001. Immateriaalioikeuden lisensointi. Teoksessa Mylly, Tuomas (toim.) **Immateriaalioikeudet kansainvälisessä kaupassa**. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Mansala 2007] Mansala, Marja-Leena 2007. **Pienyrityksen immateriaalioikeuksien suojaamisstrategia**. Defensor Legis nro 4/2007. 587 – 601.
- [Mathijssen 2004] Mathijssen P.S.R.F. 2004. **A Guide to European Union Law**. 8. uuditettu painos. London: Sweet & Maxwell.
- [Meristö et al. 2006] Meristö, Tarja & Leppimäki, Sami & Laitinen, Jukka & Paasi, Jaakko & Valkokari, Pasi & Majjala, Pekka & Toivonen, Sirra & Luoma, Tuija & Molarius, Tuija 2006. **Tulevaisuuden epävarmuuden hallinta liiketoimintavetoisessa innovaatioprosessissa**. Turku: Corporate Foresight Group CoFi / Åbo Akademi.
- [Mylly 2001] Mylly, Tuomas 2001. Rinnakkaistuonnista Euroopan yhteisön oikeudessa. Teoksessa Mylly, Tuomas (toim.) **Immateriaalioikeudet kansainvälisessä kaupassa**. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Neuvo 2006] Neuvo, Yrjö 2006. **Open Innovation Driving Renewal**. Tekesin Innovation Foresight seminaari 8. maaliskuuta 2006.
<http://www.tekes.fi/tapahtumia/Vuosipaiva06/YrjoNeuvo.pdf>. (28.4.2008)
- [Oesch et al. 2005] Oesch, Rainer & Rinkineva, Marja-Leena & Hietamies, Heli & Puustinen, Karri 2005. **Mallioikeus – Muotoilun suoja**. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Oesch & Pihlajamaa 2008] Oesch, Rainer & Pihlajamaa, Heli 2008. **Patenttioikeus 2**. uudistettu painos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Paasi et al. 2008] Paasi, Jaakko & Valkokari, Pasi & Majjala, Pekka & Toivonen Sirra & Luoma, Tuija & Molarius, Riitta 2008. **Managing Opportunities, Risk and Uncertainties in New Business Creation** – Working Report. Tampere: VTT Technical Research Centre of Finland.
- [PatA] **Patenttiasetus** 26.9.1980/669.
- [PatL] **Patenttilaki** 15.12.1967/550.
- [Peltonen 2008] Peltonen, Petri 2008. **Finland's National Innovation Strategy – Framework and Key Directions**. Esitys innovaatiostrategia-konferenssissa Espoon Dipolissa 29.1.2008.
http://www.innovaatiostrategia.fi/files/download/Peltonen_HelsinkiseminarinJan2008.pdf. (28.4.2008)
- [PRH 2005] PRH & Oy Swot Consulting Finland Ltd. 2005. **Immateriaaliasioiden huomioiminen liiketoiminnassa – Johdon työkirja**. Helsinki, Patentti- ja rekisterihallitus.
- [Päällysaho & Kuusisto 2006] Päällysaho, Seliina & Kuusisto, Jari, 2006. **Osaamisen suojaaminen palveluja kehittävässä yrityksissä**. Helsinki: Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus Tekes.
- [Rahnasto 2001] Rahnasto, Ilkka 2001. Salassapitosäännökset aineettomien oikeuksien täydentäjänä – Keskeisimmät uudet konseptit sopimuksen laatijan kannalta. Teoksessa Mylly, Tuomas (toim.) **Immateriaalioikeudet kansainvälisessä kaupassa**. Helsinki: Talentum Media Oy.
- [Research.fi] Suomen tieteen ja teknologian tietopalvelun verkkosivut.
<http://www.research.fi/innovaatiojarjestelma>. (5.5.2008)
- [RL] Rikoslaki 39A/1889, Ri 101
- [Rothwell & Zegveld 1985] Rothwell, Roy & Zegveld, Walter 1985. **Reindustrialization and Technology**. London: Longman.
- [Rothwell 1992] Rothwell, Roy 1992. **Successful industrial innovation**: critical factors for the 1990s'. R&D Management, Vol. 22, No. 3, 221-39.
- [Sitra.fi] Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran innovaatiotoimintaa käsittelevät verkkosivut. <http://www.sitra.fi/fi/Innovaatiotoiminta/inno.htm>. (3.4.2008)
- [SopMenL] Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa 22.12.1978/1061.
- [Takala 2002] Takala R. T. 2002. **A Typology of Product Concept Creation and Evaluation**. Trondheim: Nord Design 2002.

- [Takalo 1999] Takalo, Tuomas 1999. **Esseitä immateriaalioikeuksien taloustieteestä.** Kansantaloudellinen aikakauskirja, 95. vsk. 3/1999. 607 - 610.
- [TekijäL] Tekijänoikeuslaki 8.7.1961/404.
- [Tekniikka & talous 2008] Tekniikka & talous –lehden verkkosivut.
<http://www.tekniikkatalous.fi/metalli/article77741.ece>. (22.4.2008)
- [Tidd et al. 2005] Tidd, Joe & Bessant, John & Pavitt, Keith. 2005. 3. ed. **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change.** West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd.
- [TMerkkiL] Tavaramerkkilaki 10.1.1964/7.
- [Trott 2005] Trott, Paul 2005. **Innovation Management and New Product Development.** 3. ed. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- [TSL] Työsopimuslaki 55/2001, Ty 101
- [TyösKeksL] Laki oikeudesta työntekijän tekemiin keksintöihin 29.12.1967/656
- [Ulrich & Eppinger 2000] Ulrich, Karl T. & Eppinger, Steven D. 2000. **Product design and development.** 2. ed. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- [Vapaavuori 2005] Vapaavuori, Tom 2005. **Yrityssalaisuudet ja salassapitosopimukset.** Helsinki: Talentum Media Oy
- [Varjonen 2006] Virpi Varjonen 2006. **Management of Early Phases in Innovation Process,** A Case Study of Commercializing Technology in a Small Enterprise. Thesis for Helsinki University of Technology. Turku, 2006.
- [VTunnusL] Verkkotunnuslaki 13.3.2003/228.
- [wikipedia.fi] <http://fi.wikipedia.org/wiki/Innovaatio>. (3.4.2008)
- [wipo.int] WIPO:n Bernin konvention verkkosivut.
<http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/>. (16.4.2008)
- [wipo.int/pct] WIPO:n patenttiyhteistyösopimuksen verkkosivut.
<http://www.wipo.int/pct/en/>. (19.4.2008)
- [wipo.int/plt] WIPO:n PLT-sopimuksen verkkosivut.
<http://www.wipo.int/treaties/en/ip/plt/index.html>. (19.4.2008)
- [wto.org] WTO:n verkkosivut. <http://www.wto.org/>. (16.4.2008)